

Construcción de identidad a través de memes de internet en la comunidad Seguidores de la Grasa

Jack David Henriquez Gómez

Universidad Nacional de Colombia

Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura – IECO

Bogotá, Colombia

2020

Construcción de identidad a través de memes de internet en la comunidad Seguidores de la Grasa

Jack David Henriquez Gómez

Tesis presentada como requisito para optar al título de:

Magister en Comunicación y medios

Director (a):

Óscar Caballero

Universidad Nacional de Colombia

Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura – IECO

Bogotá, Colombia

2020

Resumen

Las redes sociales se han convertido en el lugar del ciberespacio donde se gestan nuevas culturas, discursos y formas de entender el mundo actual, por lo que indagar sobre cómo se construyen estas dinámicas culturales desde los discursos de los adolescentes y culturas marginales basadas en memes de internet se convierte en un fenómeno de interés para el campo de la comunicación. Teniendo en cuenta la comunicación desde una perspectiva interpretativa y cultural, se tuvo como objetivo principal describir la construcción de identidad a través de memes de Internet en la comunidad Seguidores de la Grasa en Facebook. Para ello, se realizó una etnografía virtual durante 2017-2019 en dicha comunidad, Como resultados, se encontraron cinco categorías de análisis para evidenciar la construcción de identidad en esta comunidad mediante memes: 1. la historia de la comunidad, 2. sus formas de comunicación (lenguaje autista y momos), 3. el "nosotros" (autismo en la red, dinámica del grupo, la vida del grasoso), 4. el "otros" (otakus, otros autistas, marranos, unikks y normies) y 5. la grasa hoy (cómo se ha adaptado la comunidad a los cambios en la plataforma de Facebook). A modo de conclusión, se destaca la posibilidad de indagar sobre ciberculturas desde sus propios discursos, en especial los memes de internet, en complemento con el conocimiento creado por las propias culturas, por lo que es fundamental el método cualitativo para comprender, desde los mismos miembros de la cultura, los sentidos de la comunicación.

Abstract

Social networks have become the place in cyberspace where new cultures, discourses and ways of understanding the current world are born, so investigate how these cultural dynamics are constructed from the discourses of adolescents and marginal cultures based on internet memes becomes a phenomenon of interest to communication studies. Taking communication from an interpretive and cultural perspective into account, the main objective was to describe the construction of identity through Internet memes in the community *Seguidores de la Grasa* on Facebook. For this, a virtual ethnography was carried out during 2017-2019 in that community. As results, five categories of analysis were found to demonstrate the construction of identity in this community through internet memes: 1. the history of the community, 2. its forms of communication (*lenguaje autista* and *momos*), 3. the "us" (*autismo en la red*, group dynamics, *la vida del grasoso*), 4. the "others" (otakus, *otros autistas*, *marranos*, *unikks* and normies) and 5. *la grasa hoy* (how the community has adapted to changes on the Facebook platform). As a conclusion, the possibility of investigating cybercultures from their own speeches, especially internet memes, in complement with the knowledge created by the cultures themselves, is highlighted, which is why the qualitative method is essential to understand, from the same members of culture, the senses of communication.

Agradecimientos

Para empezar, debo agradecer a todos aquellos que prestaron su tiempo y me tuvieron la suficiente confianza para hablar sobre la comunidad en la medida de lo posible: Mr. Graso, Guerocs, Holsen, Daniel y Fabián. De no haber sido por ellos, habría sido imposible avanzar en mi investigación. No sé si algún día lleguen a leer esta tesis pero esperaría que sí, porque su culminación fue satisfactoria en gran parte por sus contribuciones.

En segundo lugar, debo agradecer al profesor Oscar Caballero, quien se la jugó por apoyar y confiar en una investigación ajena a las líneas tradicionales de la maestría. La confianza que me brindó para avanzar en el proyecto durante el curso del posgrado me convenció de continuar con este trabajo pese a los prejuicios que hay sobre investigar acerca de los jóvenes y, todavía más, acerca de los memes de internet.

En tercer lugar, no puedo olvidar agradecer a toda mi familia: a mi madre, a mi padre y a mis hermanas, quienes siempre han estado para ayudarme en todo lo necesario para poder seguir creciendo académica y profesionalmente. Esta investigación es el resultado también de ser quien soy y de la forma en la que han respetado mis decisiones de vida. Cada paso que doy es pensando en hacerlos sentir orgullosos de que yo sea su hijo o hermano.

Finalmente, agradezco a Cristina, el apoyo emocional desde hace ya más de 6 años en mi vida personal, académica y laboral. Su incondicionalidad, amor y compañía me han hecho crecer al punto de llegar a donde estoy, a sacar lo mejor de mis capacidades y a confiar en todo lo que puedo lograr. Gracias infinitas por ello.

Contenido

1. Problema resuelto… y uno nuevo empieza :v (introduciendo la investigación)

1.1. ¿Cómo llegué a la pregunta?

El uso de la internet y las redes sociales es, para gran cantidad de personas actualmente, parte integral de la vida diaria. Las interacciones en la red se han vuelto algo tan cotidiano que no resulta extraño en nuestros tiempos observar a nuestro alrededor a los individuos utilizando los dispositivos tecnológicos como el celular para comunicarse con otras personas que inclusive podrían no estar en el mismo continente. Dentro de esas interacciones, una que particularmente ha tomado fuerza durante la última década es la utilización de los denominados memes para expresar situaciones de la actualidad social o la vida cotidiana a través del humor. Resulta difícil pensar que una persona que se conecte al menos una vez al día a sus redes sociales no haya visto siquiera un meme que le cause risa o con el cual se sienta identificado y, en consecuencia, lo comparta a su círculo social.

Pero este es quizá el escenario más conocido de las interacciones con memes. Muchos de ellos no sabemos ni siquiera de dónde surgen y en ocasiones sucede que tampoco nos causen gracia. En el más extremo de los casos, incluso, pueden llegar a escandalizarnos tanto que, como me ha sucedido a mí, me llevaron a investigar sobre su origen. El Momo 1[1], por ejemplo, lo encontré un día cualquiera mientras navegaba por Facebook. En principio, no entendí muy bien lo que significaba. Una escena representativa de Monsters Inc. con su frase «es un musical» no se me hacía desconocida –de hecho, es de mis películas animadas

[1] Para la presente tesis, todos los memes de Internet utilizados serán titulados como «momos». Del mismo modo, como estas imágenes no tienen título, se les creará uno como referencia para darle continuidad al texto. Adicionalmente, se insertará la fecha de captura. Por último, no es posible rastrear la autoría de ellos, por lo que se asume que son todos de la comunidad Seguidores de la Grasa, como se puede evidenciar en la «marca de agua» (de lo cual se hablará en el relato etnográfico).

favoritas y quizá por ello me detuve a leer el meme–, pero el texto previo, al igual que las líneas negra y roja al lado derecho me llamaron la atención. ¿Qué es «tronarse el nepe»? ¿Cómo es eso de que la hermana «comienza a silbar con la panocha»?



Momo 1. El meme que inspiró la investigación (17.07.2017)

Además de esa forma particular de escribir y establecer relaciones textuales con una película, de inmediato las asociaciones me llevaron al emoticón «:v», uno que ya había visto previamente en conversaciones y que parecía indicar que lo que se decía era en broma. ¿Era en realidad un chiste? ¿Era, por el contrario, una situación real que otras personas vivían? De ser así, un caso de masturbación compartida entre hermanos me pareció algo grotesco para ser publicado en una red social. El logotipo a la derecha indicaba que provenía de algún grupo, había una marca que debía llevarme a algún lugar, por lo que la curiosidad me ganó. Así comenzó mi travesía para adentrarme en un entorno complejo y difícil a mediados de 2017.

Llegué a un grupo de Facebook llamado Seguidores de la Grasa. Ya había escuchado de él, vagamente, pero jamás me había interesado en lo que hacían hasta entonces. El primer obstáculo fue darme cuenta de que el grupo no estaba hecho para mí. O para muchos de

nosotros, una sensación muy similar a la descrita por Ojeda Copa (2017), quien en un estudio anterior a este, (con metodologías y conceptos similares, pero descrito por él mismo como una «aproximación») dice textualmente:

> La primera impresión al entrar a estos grupos es de desconcierto. Hay un montón de términos que no son de fácil comprensión, una jerga propia; el humor que manejan es diferente y uno no está seguro de qué se trata todo» (p. 189).

Para entrar, había que responder correctamente ciertas preguntas que, obviamente, tenían que ver con su forma de comunicarse. Para entonces decidí no entrar porque no tenía mucha idea de ello. Afortunadamente, Internet es lo suficientemente grande como para averiguar por otros espacios qué era lo que se hacía y se decía en Seguidores de la Grasa (SDLG de ahora en adelante para alternar entre términos).

Lo que encontré fue una comunidad inmensa de jóvenes de nacionalidades diversas, cuya principal interacción se basaba en la publicación de momos y en las interacciones que giraban en torno a ellos sinnúmero de variaciones lingüísticas, memes con un humor bastante complejo (por no decir oscuro, muy oscuro) y una gran cantidad de críticas a sus usuarios, a quienes, en muchas páginas, los ven como niños trolls o ratas que no aportan nada a la Internet. En mi formación como lingüista, por supuesto, lo que más me llamó la atención fue el uso del lenguaje, con su multiplicidad de recursos que combinaban el inglés con el español, emoticones como «:v» y «xD» con palabras que jamás había leído o escuchado (como nepe, por ejemplo, aunque tampoco resulta muy difícil suponer que es un vesre[2] de pene) y la gran creatividad para combinar imágenes y referencias fijas de la cultura popular del cine y la Internet con contenidos sugestivos.

La reflexión que me quedó tras hallar el momo (término que definiré más adelante) trascendió al punto de darme cuenta de la diversidad sociocultural que en la Internet se construye sin necesidad de interacción en un espacio físico. La web en nuestros tiempos es un conjunto de tendencias económicas, tecnológicas y sobre todo sociales, caracterizadas

---

[2] Vesre o inversión silábica es un mecanismo de creación léxica común en lenguajes marginales, el cual consiste en el reordenamiento de los sonidos o sílabas que constituyen una palabra con fines humorísticos o de ocultamiento de esta (ej. *Grone* para negro, *lleca* para calle, *nepe* para pene…) (Castañeda, 2005).

principalmente por la participación activa de los usuarios en la construcción colaborativa de contenidos (Musser & O'Reilly, 2007). En otras palabras, de lo que estamos hablando es de un ambiente en el que convergen multiplicidad de sentidos y formas de ver y entender el mundo, un «ciberespacio» en el que, personas heterogéneas conviven y comparten contenidos del mismo modo heterogéneos, a través de los cuales construyen comunidad y desarrollan una cultura.

Si el ser humano puede desarrollar cultura –entendida como las transformaciones de lo natural a lo humano, en específico enmarcadas contemporáneamente de manera habitual en la industria cultural y en lo popular a partir de los discursos, los procesos simbólicos y la construcción de subjetividades (Szurmuk & McKee, 2009)– tanto en entornos determinados por el espacio físico como en aquellos en los que lo que media es un dispositivo tecnológico conectado a la internet, lo que prima en el fondo no necesariamente es la interacción física cara a cara, sino, en el fondo, la comunicación entendida como un fenómeno eminentemente sociocultural.

Si muchas de las culturas humanas a lo largo de la historia estuvieron determinadas por el espacio, aquellas surgidas en el marco del «ciberespacio» podemos denominarlas «ciberculturas». La cibercultura entonces, entendida como un conjunto de prácticas, ideas y experiencias humanas que están íntimamente determinadas por el marco digital de la Internet y de los medios tecnológicos que permiten la conexión a la misma (Bell, 2001), es el campo ideal desde el cual este fenómeno de los momos en la comunidad Seguidores de la Grasa podría explicarse.

Sin embargo, las ciberculturas, como las culturas en las interacciones físicas, no son homogéneas. La situación de la comunidad que hallé me resultaba todavía más compleja si pensaba que el grupo de SDLG ha sido construido por jóvenes que no llegaban a los 15 años (según mi indagación preliminar navegando por la Internet). Lo que parecía observarse en los momos era entonces no una manifestación simplemente cibercultural, sino una

manifestación cibercultural juvenil (por no llamarla cibersubcultural) cuyos miembros son nativos digitales3, una generación que no concibe un mundo sin la Internet.

Los estudios con jóvenes son un campo muy amplio y rico en conocimiento, ya que históricamente han permitido evidenciar los cambios generacionales y las posibles perspectivas sociales para futuros tiempos. No es de sorprenderse que los estudios culturales tuvieran su impulso como campo de investigación gracias a que Stuart Hall estudiara las subculturas juveniles de Inglaterra y sus formas de resistencia frente a la hegemonía (Hall & Jefferson, 2014). El asunto era entonces cómo evidenciar la construcción de una cibercultura juvenil si todo su desarrollo se ha dado primordialmente en el ciberespacio en un entorno supremamente hermético, en el que nosotros, los adultos, difícilmente podríamos ingresar.

Este predicamento fue motivo de una reflexión e indagación durante un tiempo, hasta que la misma lingüística, la ciberpragmática más específicamente, me permitió hallar un camino que había estado presente desde el inicio de mi curiosidad sobre el tema: si una cultura se construye a través de sus interacciones, el meme que despertó mi curiosidad, de una u otra forma, es un relato de la comunidad en donde fue gestado. Seguramente los miembros de SDLG les hallan sentido a estas manifestaciones porque son ellos mismos los que han construido una amalgama de repertorios para identificarse como miembros de ese grupo y no de otro de la sociedad, con su forma de hablar, de realizar ciertas prácticas y diferenciarse de las demás. El meme de internet era la ventana para entender una cibercultura juvenil que incluso yo, en mi primera impresión, vi como desagradable y en el peor de los casos grotesca.

Conforme me iba informando sobre el meme de Internet como práctica cultural, me di cuenta de que SDLG no era la única cibercultura que tenía el meme como recurso comunicativo para interactuar entre miembros. Había una vasta cantidad de grupos en Facebook enfocados en compartir memes. La práctica surgió hace mucho tiempo y no

[3] Los nativos digitales son definidos por Prensky como aquellos individuos que «han nacido y se han formado utilizando una particular "lengua digital" de juegos por ordenador, vídeo e Internet» (se podría agregar a ello las redes sociales) (2010, p. 5).

propiamente en ciberculturas de habla española, su origen data de los foros de posts como Reddit, 4chan y Tumblr en Estados Unidos principalmente, como una evolución a la cultura troll de hace ya una década. Dentro de esta cultura memética –tomando los términos de Milner (2016)–, hubo una diversificación de grupos, los cuales empezaron a construir su propio material y a diferenciarse del de los demás, gestando una competencia –por no decir guerra– respecto a los otros.

Mi problema de investigación se fue direccionando entonces hacia la identidad a través del meme. En específico, mi pregunta a resolver a lo largo de la tesis termina siendo cómo se construye la identidad a través de memes de Internet en la comunidad de adolescentes Seguidores de la Grasa en Facebook. La cuestión coincide con lo que plantea Limor Shifman en uno de los textos más relevantes en cuanto a memes de internet se refiere. En este libro, la autora propone como perspectiva de investigación entender cómo este «lenguaje de la Internet» es utilizado por diversos grupos para constituir procesos identitarios tanto globales como locales (Shifman, 2014, p. 174).

De esta manera, reafirmé que entender el meme no era el punto de llegada sino el camino para entender a este grupo social. Para llegar a resolver esta pregunta, debía afrontar el reto de involucrarme en la comunidad y no hacer un análisis desde mi rol de investigador exclusivamente (etic). Debía ingresar a la comunidad y de una u otra forma lograr que fueran ellos mismos los que dieran las respuestas (emic). Por ello, se me hizo necesario para la investigación adoptar enfoques que permitieran entender los memes de Internet desde lo que significan los momos para los usuarios de la comunidad.

Con el ánimo de entender la comunicación desde esta perspectiva, en este trabajo se recurre a una perspectiva o tradición de los estudios de la comunicación que, de acuerdo con Craig (1999), se denomina **sociocultural**. La tradición teórica sociocultural entiende la comunicación como un proceso en el cual la realidad es producida, mantenida, reparada y transformada. Explica cómo determinado orden social es creado, realizado, sostenido y transformado a través de procesos de interacción. Esta una perspectiva coincide con aquella que Scolari (2008) denomina **interpretativa-cultural**, en la que la comunicación se ve desde

la producción, distribución y consumo cultural desde las subculturas y resistencias frente a hegemonías. En suma, con este trabajo quiero, a través de la descripción y análisis de las interacciones de la comunidad SDLG determinadas por los memes, dilucidar cómo a través de estas manifestaciones comunicativas se construye una identidad cultural e individual en una parte hermética y oculta del ciberespacio que habitamos diariamente.

¿Qué por qué esto resulta importante? La comunicación evoluciona, como toda cultura humana. No hablamos como lo hacía Cervantes, ni hablamos como lo hacían nuestros abuelos. Las nuevas generaciones, por supuesto, no se van a comunicar como lo hacemos nosotros. La influencia constante de los servicios de comunicación proporcionados por las tecnologías en la era digital ha generado un cambio drástico que ha ido de lo escritural a lo oral y de lo oral a lo icónico. Escuchar a los jóvenes reírse de chistes que quizá no entendemos, replicar frases hechas que jamás hemos escuchado, observar imágenes que para ellos tienen todo el sentido y para nosotros ninguno, es una de las principales razones para llevar a cabo esta investigación.

Lo que pasa con esos repertorios comunicativos es también una razón para que este estudio se justifique. La identidad, especialmente en la red, se construye a través de los discursos y las interacciones, y qué mejor que los memes de Internet, una manifestación contemporánea, para identificar esos rasgos de las identidades que se construyen en la adolescencia de los jóvenes de la comunidad SDLG, que no es ni siquiera de un país, es latinoamericana (como se evidenciará a lo largo de la tesis). Siempre será importante conocer en qué piensa la actual generación adolescente, en especial para mantenerse vigente en una comunicación hacia ellos evitando el prejuicio de asumir que toda nueva generación está condenada a ser criticada por los adultos de la época.

En cierta forma, esta tesis busca una reivindicación de los adolescentes como agentes creadores de los nuevos mundos. La creatividad de los jóvenes ha sido siempre el motor de la innovación en ámbitos como la comunicación, pese a que el interés en estudiar este grupo etario resulte difícil por ser una etapa de la vida en la que la forma de pensar puede asumirse como cambiante o poco definida frente al futuro. Lo que es cierto es que las personas más

jóvenes también han construido desde siempre espacios propios en los cuales se comunican para diferenciarse de las demás generaciones, espacios que muchas veces han sido malinterpretados por no estar asociados a las mismas vivencias de generaciones pasadas. en un futuro: multimodal, mucho más icónica y con la tendencia a la economía en los signos.

1.2. Los objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

- Describir la construcción de identidad a través de memes de Internet en la comunidad Seguidores de la Grasa en Facebook.

1.2.2. Objetivos específicos

- Caracterizar la comunidad Seguidores de la Grasa a partir de sus prácticas comunicativas dentro de la red social Facebook.
- Describir los memes de Internet producidos por la comunidad Seguidores de la Grasa para evidenciar la recurrencia en cuanto a forma y contenido de estos.
- Determinar cómo se reconocen los individuos de Seguidores de la Grasa con respecto a sí mismos y con respecto a los demás a partir de los memes y testimonios de miembros de la comunidad.

2. Me mamé con estas referencias xd (construyendo el marco teórico)

Al ser la presente una tesis inscrita en el campo de estudios de la comunicación, el primer paso es situarla dentro de un paradigma que explique y entienda fenómeno desde una perspectiva que se aborde en esta área del conocimiento. Para ello, acudo a la clasificación realizada por Scolari (2008), quien plantea cinco paradigmas que históricamente han permitido explicar teórica y metodológicamente los fenómenos de la comunicación: el paradigma informacional, el paradigma crítico, el paradigma empírico-analítico, el paradigma semiótico-discursivo y el paradigma interpretativo-cultural. En la Tabla 1 se resumen las principales características de cada paradigma.

Tabla 1. Las teorías de la comunicación de masas (Scolari, 2008, p. 42)

Paradigma	Diccionario	Agenda	Matrices teóricas
Informacional	Emisor, receptor, código, canal, mensaje, entropía, ruido, feedback, retroalimentación	Calidad de las transmisiones. Procesos de retroalimentación	Ingenierías
Crítico	Alienación, clase, ideología, falsa conciencia, mercancía, racionalidad, imperialismo, unidimensionalidad	Producción, distribución y consumo de bienes culturales. Dominación y reproducción social	Economía política, psicoanálisis
Empírico-analítico	Efectos, opinión pública, audiencias, función, disfunción, agenda, rutina productiva	Efectos, opinión pública, agendas	Sociología, psicología conductista, teoría de la información
Interpretativo-cultural	Subcultura, hegemonía, culturas populares, audiencias, mediaciones, connotación, texto, discurso, interpretación	Producción, distribución y consumo cultural. Subculturas, resistencias y hegemonías. Culturas populares y cultura de masas	Antropología cultural, economía política, semiología, teoría política, historia, etnografía
Semiótico-discursivo	Enunciador, enunciatario, signo, lengua, habla, connotación, texto, discurso, sentido, interpretación	Procesos de producción de sentido e interpretación. Discursos sociales	Lingüística, filosofía del lenguaje, psicoanálisis

En vista de que lo que se busca dentro del presente estudio es la descripción de una cultura a partir de sus formas de comunicación encaminadas a la construcción de identidad, mi propósito como investigador es entrar a la comunidad, comprenderla y a partir de ello relatar

las formas en las cuales se construye sentido entre sus miembros. Dicho lo anterior, es **el paradigma interpretativo-cultural** el que guiará la investigación, ya que entiende la comunicación como una construcción social y se centra en los discursos sociales desde métodos cualitativos.

Lo más interesante de este paradigma, siguiendo con Scolari (2008), es que «la investigación de inspiración cultural ha tenido pocos prejuicios a la hora de contaminarse con otros campos del saber como la antropología, la teoría política o la semiótica» (Scolari, 2008, p. 36), por lo que esta tesis no será ajena a ello. Como se observará durante el marco teórico y en el relato etnográfico, las discusiones incluirán aportes de disciplinas como la lingüística, la antropología, la filosofía e inclusive la psicología, lo cual deja en claro también el hecho de que entender la comunicación requiere aportes interdisciplinares al estar presente toda esfera del conocimiento.

2.1. Cultura de la convergencia

Involucrar los estudios de la comunicación dentro del paradigma interpretativo-cultural obliga pensar en Henry Jenkins (2008), pionero en estudiar las dinámicas de comunicación en el contexto de las tecnologías digitales contemporáneas. Por tal motivo, no se puede desconocer la aplicabilidad (aunque con algunos reparos) de su planteamiento de la «cultura de la convergencia» en los estudios de comunicación dentro de las culturas surgidas en la red. Para Jenkins, esta cultura de la convergencia es la puesta en diálogo de tres conceptos: la convergencia, la cultura participativa y la inteligencia colectiva.

En primera instancia, Jenkins (2008) define la **convergencia** como un flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas y la cooperación en procura de la búsqueda de experiencias basadas en el entretenimiento por parte de las audiencias. Dicho flujo de contenidos depende enormemente de la participación de los «consumidores» y representa en últimas un cambio cultural, ya que se anima a los usuarios a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos dispersos. De esta manera, la convergencia para Jenkins, aunque está determinada fuertemente por las tecnologías actuales, se produce en

el cerebro de los individuos mediante sus interacciones sociales con otros, por lo que se puede manifestar de muchas maneras.

En segundo lugar, Jenkins (2008) define la **cultura participativa** como una en la cual se invita a los miembros a participar en la creación y difusión de contenidos. Este concepto rechaza por completo los paradigmas de la comunicación en los cuales se hace una distinción entre productores y consumidores de contenidos mediáticos y, por el contrario, introduce la idea de los participantes, en el sentido de que los usuarios interactúan produciendo y consumiendo al mismo tiempo sobre la base de un conjunto de reglas.

Finalmente, el tercer concepto en diálogo dentro de la cultura de la convergencia es la **inteligencia colectiva**, término que Jenkins (2008) ha tomado prestado de Pierre Lévy para definir la capacidad de las comunidades virtuales de estimular el conocimiento de sus miembros principalmente mediante la colaboración. Así, como nadie lo sabe todo y todo el mundo sabe algo, el conocimiento, que reside en la humanidad, se ve complementado a través de los saberes de todos los miembros de determinada comunidad (Jenkins, 2008). Frente a la inteligencia colectiva, Jenkins (2008) comenta: «Ahora mismo estamos empleando este poder colectivo principalmente a través de nuestra vida recreativa, pero pronto desplegaremos esas habilidades para propósitos más serios» (p. 15).

Si bien estos tres conceptos son supremamente útiles para enmarcar la investigación dentro de una cultura basada en la colaboración de integrantes de comunidades facilitada por las herramientas tecnológicas contemporáneas de comunicación que convergen y construyen una inteligencia colectiva, aplicar esta teoría de forma transparente desconocería algunos aspectos particulares de ciertas ciberculturas surgidas en los últimos años. Frente a ello, cabe aclarar que la perspectiva que da Jenkins está enfocada más hacia las industrias mediáticas y los usuarios que las «consumen» (como los fans, por ejemplo), pero invisibiliza por ejemplo aquellas comunidades marginadas cuyo «consumo» cultural está encauzado hacia otros propósitos más allá del entretenimiento e, incluso, «propósitos más serios».

Lo que pretendo concluir de este planteamiento de cultura de la convergencia es que, si bien es útil y describe nuestras dinámicas culturales contemporáneas mediadas por las

nuevas tecnologías, hay que examinarlo con lupa. Ver a los individuos como consumidores es situarlos en contextos puramente de intercambios económicos o transacciones que desconocen los procesos sociales y culturales tan complejos que permiten la construcción de una identidad individual cultural e individual, al igual que la forma de existir y de presentarse en el entorno digital frente a otras culturas que no son como ellas.

2.1.1. Teoría y creatividad vernacular

La noción de lo vernacular, entendida dentro de esta cultura de la convergencia, permitirá entender mucho mejor las ciberculturas juveniles en la red. Así, la **teoría vernacular** desde la teoría crítica de los estudios culturales se define como las «prácticas de aquellos que carecen de poder cultural y que hablan un lenguaje crítico basado en preocupaciones locales, no el lenguaje hablado por las élites del conocimiento académico» (McLaughlin, 1996, p. 5).

El término viene del latín *vernaculus*, el cual significa «nacido en la casa de uno, y se aplica en variadas disciplinas para referirse a las manifestaciones propias de un territorio específico. Así, se pueden hallar lenguas vernáculas, arquitectura vernacular, arte vernacular, etc. McLaughlin toma el término «vernacular» empleado por Houston Baker (1984) para describir las estrategias que permitieron entender la relación entre los afroamericanos y el blues y lo asoció con lo que Foucault denominaba «conocimientos subyugados», es decir, una producción teórica no centralizada cuya validez no depende de la aprobación de los regímenes establecidos (McLaughlin, 1996).

Los conocimientos construidos desde lo vernacular están en contraposición a la teoría académica en términos de prestigio y élite. En este sentido, la teoría vernacular explicaría cómo ciertas culturas crean sus propias definiciones y conceptualizan la realidad desde sus propias bases intelectuales, que están más enraizadas a las experiencias en sus territorios y cotidianidad que en los textos o los discursos científicos. El propósito, al fin de cuentas, ya sea desde el discurso científico o vernacular es el mismo: construir conocimiento, con diferentes niveles de prestigio y, si se quiere, a partir de diferentes modos o métodos. La validez de cada uno dependerá entonces de la comunidad en la cual circule ese

conocimiento. Por supuesto, el saber vernáculo en una cultura determinada tendrá una validez dentro de ese círculo en específico, mientras que el saber académico, al tener un mayor prestigio, podrá incluso permear en determinados aspectos ciertos saberes vernáculos.

Para las culturas digitales, la teoría vernacular se convierte en una herramienta esencial que permite comprender los discursos que se construyen en los diferentes escenarios de la vida en digital. Para las comunidades cuya interacción está centrada en la producción y circulación de memes de Internet, esta construcción vernacular de expresiones y explicaciones de la cotidianidad parte de lo que Ryan Milner (2013, 2016) denomina una *lingua franca,* es decir, los memes de internet toman formas de un sistema de códigos compartido en una comunidad heterogénea que permite, a partir de una serie de recursos, entenderse entre ellos. Para entender la idea de que los medios meméticos (como los llama Milner) son una *lingua franca*, se debe entender ello como una red de hilos entrelazados de creatividad vernácula. En otras palabras, dado que los recursos para construir conocimientos vernaculares están limitados a los repertorios simbólicos y culturales de determinada comunidad, es la creatividad vernácula la que permite que, por medio de una serie de materiales culturales existentes, los individuos creen otros discursos con un sentido propio para comunicarse con los miembros de su comunidad.

En este sentido, la relación entre **fijeza** y **novedad** toma una relevancia trascendental en la comprensión de las culturas basadas en el meme de Internet (y de hecho, en la comprensión de la comunicación en toda comunidad humana que construya sus propios discursos vernaculares). Así, para Milner (2016) la **fijeza** es una especie de plantilla existente dentro de un código (lingüístico o no) específico que permite, tras su apropiación, construir **novedad**, es decir, elaborar expresiones individuales con carácter novedoso. En términos lingüísticos, esto tiene una gran relación con las funciones informativas dentro de los enunciados, las cuales dependen de un soporte (o tema) que es la información conocida por los

interlocutores más el aporte (o rema) que es la información nueva que da quien construye el discurso (Gutiérrez Ordóñez, 1997).

La fijeza en toda interacción comunicativa se da a partir de una serie de patrones que se van estableciendo en una dinámica de la comunidad, ya sean tropos, coloquialismos, secuencias de conversación, etc. que son apropiados por los miembros de este colectivo de individuos, para posteriormente ser reapropiados de forma individual y así construir discursos novedosos tomando como base estos patrones ya estandarizados en la comunidad a partir del uso y éxito de dichas plantillas. Lo mismo ocurre con la interacción a través de memes de Internet en una comunidad específica (en especial con la categoría de memes con imágenes macro): a partir de ciertos patrones y reglas tanto gramaticales (en términos de cómo se usa o no determinado signo) como socialmente establecidas a través del tiempo, los usuarios pueden elaborar nuevos discursos que, si se vuelven representativos, entrarán a hacer parte de los patrones o plantillas que la comunidad emplee para sus interacciones. Así, tal y como lo menciona Milner, «el individuo habla a través del grupo y el grupo a través del individuo» (2016, p. 119).

La creatividad vernácula depende entonces de un proceso que incluye instruirse dentro de la comunidad y sus discursos, para posteriormente apropiarse de los mismos y, una vez hecho esto, poder elaborar sus propios recursos dentro del marco de las tensiones entre la fijeza y de la novedad de los mensajes inscritos en esa comunidad. Esto es aplicable, en la mayoría de los casos, para construir identidad en las culturas. Por ello, para esta investigación, la relación entre la creatividad vernácula y la cultura memética definida por Milner es íntima. No existiría una cultura memética sin estos dos aspectos (fijeza y novedad), sumada al colectivismo y a una gramática establecida por los miembros de una comunidad.

Para terminar, cabe anotar que esta creatividad vernácula, para Milner, tiene un carácter ambivalente (2016). En otras palabras, lo que para una comunidad vernácula determinado meme de Internet tiene cierto significado cultural, para otra comunidad que se reapropie de ese mismo discurso puede tener uno completamente distinto. Esto explica, en muchos casos, por qué la difusión masiva de un meme de Internet surgido en una cibercultura pierde

importancia en esta misma cuando trasciende las fronteras y su sentido original cambia. Es decir, la identidad entra en juego dentro de esta apropiación y reapropiación vernacular cuando los «otros» (los que están afuera de la comunidad, que por lo general es la cultura popular) toman algo elaborado por un «nosotros», transformando a veces por completo el significado inicial de ese meme de Internet, en el caso de esta investigación. De allí surgen por ejemplo agonismos entre grupos de memes de internet, por medio de los cuales se construyen discursos (como memes de internet) que adoptan ciertas particularidades en su forma y contenido para diferenciarse.

2.2. Culturas juveniles y ciberespacio

Definir cultura resulta siempre un arduo trabajo. Discernir y encontrar una definición global resulta imposible, especialmente porque es un concepto tan amplio y tan susceptible de interpretaciones que al final de cuentas cada disciplina lo explica desde sus intereses y campos de acción. En términos generales, la cultura es «la dimensión y expresión de la vida humana, mediante símbolos y artefactos; como el campo de la producción, circulación y consumo de signos» (Szurmuk & McKee, 2009, p. 70). Dentro de esta definición, podría entenderse una gran cantidad de variantes derivadas de la cultura, tales como las culturas urbanas, las culturas mediáticas, la cultura popular o, la que nos atañe en esta investigación, las culturas juveniles.

En nuestro contexto actual resulta difícil desligar la cultura urbana de la popular y la mediática. Es más, si a ello se le suma que los jóvenes actualmente pertenecen a una segunda generación de nativos digitales, no se puede desconocer la inmensa influencia que los medios de comunicación, especialmente los vinculados a Internet, han tenido en la población más joven. En este sentido, el centro de esta sección es caracterizar las culturas

juveniles y posteriormente el ciberespacio para que, al unirse estas dos categorías, observar una resultante que es importante para esta investigación: las ciberculturas juveniles.

2.2.1. La(s) cultura(s) juvenil(es)

Definiremos culturas juveniles como Feixa y Nofre (2012) lo hacen, entendida como la forma en la que colectivamente «los jóvenes expresan sus prácticas y experiencias sociales mediante la (re)producción de estilos de vida diferenciados sobre todo en el campo del tiempo libre y espacios intersticiales en la vida institucional» (p. 2). De esta definición, lo que más nos interesa es la idea o noción de joven, al igual que su forma de expresar las prácticas y experiencias sociales, especialmente, en aquello que los autores denominan «tiempo libre». Para efectos de esta investigación, estos aspectos cobran una relevancia particular, dada la forma de producir y reproducir estilos de vida, que para la comunidad que se estudiará son los memes de internet.

La definición de cultura juvenil ha variado con el tiempo y con la evolución de los estudios al respecto, que iniciaron desde lo sociológico y terminaron nutriendo o haciendo parte de varias disciplinas de las ciencias sociales. Desde esta evolución histórica, se han dado cambios incluso en la conceptualización de lo que se entiende por culturas juveniles, dado que, en el siglo pasado, el término subcultura era aquel que predominaba para explicar a ciertos grupos con unas prácticas específicas que distaban de lo que normalmente se entendía como la cultura (lo letrado, lo prestigioso). Gracias a los aportes de la Escuela de Birmingham y sus desarrollos posteriores, el término fue mutando y pasando por diferentes denominaciones, tales como «neotribus», «culturas de club», entre otras, al punto de llegar incluso a englobarlas en el concepto cuyo título lleva este apartado.

En particular, un paso gigante para la comprensión de los fenómenos culturales fue el hecho de pluralizar el concepto, es decir, entender que hay más de una cultura y que aquella cultura hegemónica es una de tantas, pero que puede solo explicar una parte de los fenómenos sociales que se observan dentro de los grupos de personas. Frente a este debate, se plantean dos vertientes para entender las culturas juveniles: por un lado, se piensa su comprensión

desde lo social (incluyendo variables sociodemográficas como la generación, el género, la clase, la etnia o el territorio) y por otro lado se piensa su comprensión desde las imágenes culturales (tendencias, música, lenguaje, prácticas culturales, etc.) (Feixa & Nofre, 2012).

Rossana Reguillo Cruz (2000) va más allá de esta óptica y defiende la idea de que entender las comunidades juveniles no es fungir como observador y describir sus prácticas en función de explicar determinado orden social. Por el contrario, el propósito debe ir más allá partiendo de una visión interpretativa, en la que, además de lo emic y lo etic, debe problematizarse también qué herramientas se emplean para conocer al sujeto de estudio (este aspecto, que tiene que ver con lo metodológico, se justifica en el diseño de la investigación explicado en el siguiente capítulo).

Esta visión interpretativa de las culturas juveniles entiende a estos miembros jóvenes de una cultura como sujetos de discurso con capacidad para apropiarse de objetos sociales como agentes sociales, al tiempo que cumplen un papel activo en la negociación con las instituciones y estructuras de la sociedad (Reguillo Cruz, 2000). Por supuesto, para entender esta categoría, debe ampliarse el espectro de variables a analizar, por lo que la interdisciplinariedad cumple un papel fundamental a la hora de comprender una identidad y sus mecanismos de manifestación.

Para cerrar la comprensión de este concepto, vale la pena resaltar cuatro grandes ejes que Reguillo Cruz (2000) plantea que pueden ser abordados al indagar acerca de la cultura en los jóvenes. En primer lugar, se encuentra **el grupo juvenil y la identidad**, aspecto relacionado con los modos de estar juntos a través de prácticas, sin necesidad de un territorio o colectivo particular. En segundo lugar, están **los otros**, es decir, aquellos individuos que se salen de lo que la autora denomina un «proyecto» (en otras palabras, el propósito de la comunidad), por lo que la construcción de la identidad, coherente con lo planteado con otros autores, se logra a partir de la diferenciación del nosotros frente a los demás. En tercer lugar, se encuentra **el proyecto**, que tiene que ver, en principio, con las formas de participación en política, entendiendo la política como una red de creencias, formas y estilos de vida. Para terminar, un cuarto aspecto que Reguillo menciona se relaciona con lo que ella denomina

un **punto de quiebre**, el cual tiene que ver con que el investigador (u observador como ella lo llama) reconozca al joven como un sujeto interrelacionado con otras esferas de la vida social, como lo son la familia, la escuela, los pares, etc., al tiempo que se enfatiza en el sentido que el sujeto le da a la grupalización.

Estos cuatro ejes se podrán evidenciar desde el relato etnográfico de la cibercultura estudiada, con el añadido del contexto en el ciberespacio. En suma, como Reguillo Cruz (2000) plantea, estudiar las culturas juveniles supone un gran reto dado su universo social cambiante, discontinuo y heterogéneo, razón por la cual se tienden a desestimar las investigaciones relacionadas con estos grupos sociales por ser efímeros, volátiles y sumamente cambiantes en poco tiempo. Por supuesto, SDLG no es la excepción, ya que aunque estudiarla tiene como propósito entender sus dinámicas de construcción de identidad a través de memes, ello tiene como fin último pensar en el aporte histórico de esta comunidad en la comunicación en el ciberespacio.

2.2.2. El ciberespacio y la cibercultura

Los desarrollos frente al concepto de ciberespacio son variados y extensos. Sus definiciones van desde el paradigma informacional hasta los estudios socioculturales, aunque es difícil desanclar unas de otras. Dentro de los elementos que más llaman la atención a la hora de incluir el prefijo «-ciber» en el espacio y la cultura es el hecho de que, desde siempre, ha sido difícil desligar uno de lo otro. Generalmente, la cultura de un grupo social está asociada a un territorio o al menos a un espacio más o menos delimitado.

Por tal razón, resulta fundamental comprender, en primer lugar, la noción de ciberespacio para entender cómo es que este nuevo «territorio» determina las culturas que allí se construyen o se desarrollan. Se abordarán, como es usual, posturas encaminadas hacia lo

sociocultural, aunque el carácter transdisciplinar de las investigaciones en la red implique la comprensión del fenómeno desde diversas ópticas.

Por ejemplo, para hablar de ciberespacio[4], se podría mencionar a David Bell (2001), quien antes del surgimiento de la red 2.0 ya sintetizaba postura de varios autores al respecto, coincidiendo con el carácter indivisible entre ciberespacio y cibercultura. Desde una perspectiva meramente informacional, el ciberespacio para este autor sería una red global de computadores conectados a través de infraestructuras comunicacionales que facilitan las formas de interacción entre actores remotos (Bell, 2001). En una línea similar, Pierre Levy (2007) lo define como un «espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial de los ordenadores y de las memorias informáticas» (p. 70).

Las anteriores definiciones parecieran otorgarle un carácter técnico al concepto, no obstante, está claro que para entender las «formas de interacción entre actores remotos», por ejemplo, deben disponerse de ciertos aspectos propios de la comunicación humana. Frente a ello, Carlos Scolari lo plantea como un espacio resignificado, en el cual se asientan comunidades virtuales y la distancia se reconfigura. En este escenario, dicho ciberespacio, para el autor, es una especie de «agujero negro que atrae a los medios masivos, los absorbe e integra dentro de su propio dispositivo intertextual» (Scolari, 2008, p. 277), en el cual las interfaces (como las redes sociales como Facebook, por ejemplo), se convierten en la «cara visible» donde se llevan a cabo todas las «interacciones entre actores remotos» mencionados por Bell (2001) y que, en palabras de Lévy (2007), tienen como marca distintiva la información, puesto que, al final de cuentas es lo que se intercambia entre los usuarios de la red.

Ahora bien, el estudio del ciberespacio y las ciberculturas entendidas como un todo –«ciberespacio es siempre cibercultura, por lo que no podemos separar ciberespacio de sus contextos culturales»[5] (Bell, 2001, p. 8)– trasciende el espectro tecnológico y debe pensarse también desde lo sociocultural y como fenómeno de estudio, insistiendo en el enfoque

---

[4] Autores como Del Fresno (2011) y Lévy (2007) coinciden en mencionar que el término apareció por primera vez en 1984 en la literatura de ficción, más específicamente en la novela *Neuromante* de William Gibson. En esta obra, el concepto designa un universo de redes digitales como campo de batalla de diversos conflictos mundiales.

[5] Traducción propia.

paradigmático de la comunicación que es motivo de esta investigación. Para Del Fresno (2011), el ciberespacio es un «espacio sin lugar» que se constituye como un campo de investigación que requiere repensar su abordaje metodológico, especialmente por su constante evolución y desarrollo, dependiente en gran medida de los avances tecnológicos y el uso e interacciones que los usuarios tienen por mediación de estos.

Ahora bien, en términos de la cibercultura, los planteamientos, al menos en los textos que sirven como marco teórico para esta investigación, siguen el mismo principio de «ciberespacio es cibercultura» ya mencionado más arriba, por lo que algunas de las variables que se tienden a estudiar dentro de determinada cultura se discuten ya en un contexto cibernético. Para Rueda (2008), los estudios de la cibercultura han pasado por tres etapas: el ciberespacio popular (años 80): –descripción de la Internet y una nueva civilización–, comunidades virtuales e identidades (años 90) –el ciberespacio como lugar de empoderamiento, construcción, creatividad y comunidad en línea– y estudios críticos ciberculturales (siglo XXI) –la relación entre el nuevo siglo, las interacciones, el discurso, el acceso y la brecha digital desde perspectivas transdisciplinares–.

Dentro de este última etapa, la autora enfatiza en que hay estudios que analizan cómo ciertos diseños tecnológicos configuran pautas de interacción, como nuevos lenguajes y reconfiguración de los textos (Rueda, 2008), dentro de los que se podrían encontrar los memes de Internet. Frente a estos estudios, es importante especialmente retomar los aportes renombrados de Pierre Lévy (2007), quien reflexiona sobre la **universalización sin totalidad** provista por la Internet, que es la esencia de la cibercultura, al permitir la consolidación de una inteligencia colectiva que permite a los usuarios producir y reproducir contenidos a través de interconexiones universales que fomentan la participación colaborativa, pero que no transmiten un único mensaje hegemónico, como sucedía con los medios de comunicación clásicos (Sierra Gutiérrez, 2009).

En complemento con lo anterior, Lévy (2007) añade tres principios que orientan el crecimiento del ciberespacio que derivan en la expansión de la cibercultura: la **interconexión**, la **creación de comunidades virtuales** y la **inteligencia colectiva**. Frente a la interconexión, el

autor plantea que la cibercultura apunta hacia una «civilización de telepresencia generalizada» (p. 100), por lo que la humanidad se convierte en un continuo sin frontera entretejido por relaciones e interacciones entre sujetos conectados a la Internet. Frente a la creación de las comunidades virtuales, Lévy se refiere al surgimiento de grupos sociales con intereses afines. Finalmente, la inteligencia colectiva ya se ha mencionado en §2.1. de Convergencia cultural.

Lo planteado por Lévy, por supuesto, sienta las bases para entender la cibercultura como un conjunto de prácticas sociales mediadas por un espacio de interconexión universal. Así mismo, al no ser totalizante, el surgimiento de una vasta cantidad de ciberculturas conectadas alrededor del mundo es esperable, al menos con usuarios que cuenten con acceso a la Internet (que cada vez son más). Por ende, la investigación sobre las ciberculturas ha permitido entonces repensar aspectos que van más allá de los mencionados más arriba, no solo desde la comunicación, sino desde diversas disciplinas. Para Vizcarra y Ovalle (2011), son seis aspectos los que deben repensarse a la hora de investigar culturas mediadas por el ciberespacio (= ciberculturas): i) la rearticulación entre el tiempo y el espacio, ii) la tensión entre lo global y lo local, iii) la realidad y la virtualidad, iv) la metamorfosis de la identidad, v) el cuerpo y la descorporeización y vi) el placer del lazo social (lo más íntimo y personal ya no depende de la localidad de los sujetos y las personas más allegadas pueden incluso ser aquellas a quienes jamás se les ha visto el rostro).

En suma, la cibercultura está determinada íntimamente por el ciberespacio. Si bien ambos son conceptos que permiten entender las prácticas sociales humanas en un territorio casi que etéreo y que por lo mismo revalúa algunas de las nociones concebidas históricamente de la interacción humana, se debe pensar del mismo modo hasta qué punto la cibercultura es un concepto válido si se aísla de la cultura misma, teniendo en cuenta que en un contexto actual en el que la Internet permea todas las actividades sociales que realizamos en la

cotidianidad. No obstante, para la investigación presente, y como se verá en la sección de identidad en la red.

2.2.3. Ciberculturas/subculturas juveniles

La categoría de cibercultura juvenil ha sido la más difícil de construir para esta investigación, dada la dificultad para hallar una definición sobre cibercultura juvenil o «subcultura» juvenil satisfactoria. Para muchos autores, los límites entre lo *offline* y lo *online* cada vez son menos claros. En efecto, se puede pensar inicialmente en que los nativos digitales no distinguen entre estos dos escenarios para poner en práctica su cotidianidad, por lo que quizá no tenga sentido diferenciar entre cultura y cibercultura juvenil. Sin embargo, el solo hecho de que esté mediando un dispositivo tecnológico que tenga dentro de sí posibilidades de interacción con diferentes recursos (chat, video, voz, etc.), además de una comunicación asincrónica entre los individuos ya supone un cambio en la socialización.

La categoría de ciberculturas juveniles surge en contextos diferentes a aquellos en los que por ejemplo Hall y Jefferson (2014) la concibieron en tiempos de posguerra, cuando la categoría de «subculturas juveniles» se empleó para caracterizar a aquellos grupos de jóvenes que, partiendo de la conciencia de clase y de generación, se conformaron con un conjunto de estéticas propias y formas de pensar para resistir frente a la cultura dominante[6] o parental[7] en espacios vecinales o compartidos físicamente. Por supuesto, el concepto de «subculturas juveniles», en el contexto reciente y para esta investigación, no resulta satisfactorio. Muñoz González (2011), recogiendo voces de otros autores, plantea esta diferenciación entre esta época y la otra:

> El 'fin de las subculturas' se anuncia no porque no existan ya distintas culturas juveniles, sino porque: a) están cada vez más fragmentadas y, b) la idea de

[6] Se entiende como la cultura hegemónica, es decir, en términos gramscianos, como aquella que coacciona o ejerce autoridad frente a las demás (Hall & Jefferson, 2014).
[7] Se refiere a la cultura de la que es parte una subcultura y que la determina de facto, ya que la dota de una serie de prácticas y símbolos culturales que son heredados (Hall & Jefferson, 2014).

> subculturas auténticas, libres de la influencia de los medios, no se puede sostener. Además, porque la 'resistencia' no se les puede atribuir mecánicamente (p. 23).

La fragmentación de las culturas –fenómeno que describe la manera en la que los miembros de una cultura encuentran cada vez más difícil identificarse con su sociedad como comunidad (García Martínez, 2011)–, sumada a la profunda influencia de los medios de comunicación en la construcción de culturas juveniles y la pregunta sobre la resistencia de estos grupos ante culturas dominantes sirven entonces como punto de partida para pensar que la noción de cibercultura juvenil tiene ciertos rasgos específicos que difieren de la conformación de las culturas juveniles en el pasado.

En concreto, para Muñoz González (2011), en el marco de la fragmentación de las culturas (el yo antes que el nosotros), estamos en presencia de un nuevo sujeto con una mutación profunda en la producción de subjetividad, en las formas de consolidar la propia experiencia, en los regímenes de constitución del yo y en las maneras de relacionarse con el mundo y con los demás. Por su parte, Bennett y Robards (2014), en la misma línea comparativa, plantean que con la aparición de la internet las prácticas que constituyen la cultura juvenil se están diversificando. De este modo, la cultura juvenil no puede pensarse como un fenómeno puramente físico, sino más bien como un conjunto de ideas compartidas puestas en común dentro de los espacios virtuales facilitados por Internet (Bennett & Robards, 2014).

Como se observa con solo estos dos puntos de vista, las ciberculturas juveniles están atravesadas por un conjunto de influencias de la comunicación, la cultura y la sociedad. Lo anterior supone una dificultad para conceptualizar, puesto que dentro de muchas investigaciones, contenidas por ejemplo en el texto de Bennett y Robards, la heterogeneidad para comprender las culturas juveniles mediadas por lo digital es evidente. Precisamente el libro de estos dos autores, que recoge experiencias de todos los continentes (aunque se excluye el contexto latinoamericano por ejemplo), no tiene en cuenta las comunidades marginadas de la internet, más cercanas a los estudios originarios subculturales, que son en gran medida los que más me interesan para la investigación.

Múltiples aspectos se terminan escapando o entran en tensión si se habla entonces de las culturas juveniles. Como se observará más adelante, las categorías de edad, clase social, raza e incluso género empiezan a tener más valor unas que otras, dependiendo del contexto y de la cultura juvenil en particular. La estética de la vestimenta o de las modificaciones corporales, del mismo modo, se pierde en muchas otras cuyo centro son las ideas y el discurso antes que la corporeidad. Finalmente, en los modos de compartir, la realización de rituales se da desde las interfaces provistas por las plataformas como redes sociales o foros más que en lugares físicos de reunión, por lo que la congregación no está determinada en función del tiempo o el espacio sino de la visibilidad de los individuos y de sus discursos.

En resumen, una definición de cibercultura juvenil, con todos sus bemoles, es insatisfactoria para la presente investigación si me concentrara en un solo autor. Si se parte de la base de la fragmentación de la cultura, una cibercultura juvenil es una agrupación de múltiples yo con ideas y gustos en común, que construyen sus propias formas de consolidar la propia experiencia, el yo y las relaciones con el mundo y con los demás a partir de la mediación de la Internet y sus recursos. Estas agrupaciones pueden encontrar puntos de convergencia, especialmente si se ponen en contraste con otras culturas surgidas en el mismo contexto o en territorios más físicos, con dinámicas de jerarquías muy similares también a las de la sociedad tradicional, en las que hay culturas más o menos aceptadas por su forma de concebir el mundo.

2.3. Identidad(es)

Históricamente, la noción de identidad siempre ha suscitado diversas interpretaciones acerca de lo que realmente significa. Frente a esta dificultad, Navarrete-Cazales (2015) define la identidad como un concepto «aporético», es decir, una noción necesaria para explicar una vasta cantidad de fenómenos, pero que a su vez resulta prácticamente imposible de representar de forma precisa y definitiva. Teniendo en cuenta que el propósito no es profundizar en el amplio debate sobre el concepto, para la elaboración del marco teórico me he concentrado en amalgamar una definición de identidad útil para la presente

investigación, de modo que a partir de ella se pueda explicar cómo funciona la identidad en la red.

Con el ánimo de situar la definición en el campo específico de la comunicación y la cultura, resulta fundamental recuperar la noción que Castells (2001) propone sobre identidades en el marco de la sociedad red. Para este sociólogo, la sociedad red es aquella en la que globalización de la economía, en coincidencia con la tecnología actual en materia comunicativa, incide en toda forma de relacionarnos. En este sentido, se crea una cultura de la virtualidad construida gracias a los medios de comunicación siempre conectados a nosotros, lo que implica un cambio en nuestras prácticas y en la manera en la que le damos valor a la vida, al espacio y al tiempo, lo que se traduce en una reconfiguración misma de la organización social.

Sobre la base de este contexto, surge la idea de nuevas identidades en la sociedad red, que es definida como el «proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o a un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido» (Castells, 2001, p. 28). En pocas palabras, las identidades son fuente de sentido para un individuo cuyo recurso proviene esencialmente de la cultura en la cual se encuentra inmerso y que al final de cuentas le otorga sentido a su acción individual.

Para Castells (2001), para quien la identidad se construye en un contexto marcado por relaciones de poder, el contenido simbólico y el sentido de una identidad está plenamente ligado por quien o quienes la construyen, tanto por dentro como por fuera de ella. Así, distingue entre identidades *legitimadoras* (introducida por instituciones dominantes), de *resistencia* (generada por actores estigmatizados por las instituciones dominantes) y de *proyecto* (que buscan una transformación social). Como se observará a lo largo de este texto y como se verá en definiciones posteriores de identidad desde otras perspectivas, las culturas juveniles tienden a situarse construir identidades de resistencia, en las que se forma una defensa de oposición ante la inconformidad y las maneras en las que se concibe el comportamiento «normal» (o *normie*, como se verá más adelante) como uno que va en

contra de la visión misma de la vida y la interacción con los otros en una sociedad íntimamente ligada a los medios de comunicación.

Lo descrito sobre identidad en la sociedad red se complementa con lo que Spera denomina una «crisis en la categoría de identidad» debido a la «crisis en la categoría de sujeto» (2014, p. 50). En efecto, comprender al sujeto en esta era digital resulta tanto o más complejo que comprender la identidad, dado el carácter fragmentado de los contextos de interacción humana, en la que el individuo asume diferentes roles dependiendo del entorno en el cual se halle, incluyendo no solo lo físico sino también lo digital. Así las cosas, a continuación se definirá la identidad cultural tal y como la plantea, en primer lugar, Castells (2001) Hall (1996) en su relación con el discurso para luego tomar como ancla el mismo discurso y definir lo que se entiende como identidad de la red desde la ciberpragmática planteada por Francisco Yus (2011) principalmente.

2.3.1. Identidades culturales

Quiero dejar en claro que para mí la identidad se resume en una narración de quiénes somos. Al respecto, Gal (2016), reuniendo varias definiciones de autores, define la identidad (colectiva) como un proceso que consiste en la producción, ejecución y validación continua de valores, códigos y normas a través de discursos relacionados con las narrativas de la vida propia dentro de una comunidad, lo que implica que este es un proceso dialéctico que, además de incluir o excluir a individuos de dicho entorno, permite a los miembros construirse en virtud del posicionamiento de dicha comunidad con respecto a otras.

Para robustecer la definición, conceptualizo la identidad tomando como base lo que Hall (1996) plantea en su texto «Quién necesita identidad». En principio, Stuart Hall advierte que la identidad es un concepto que funciona «bajo borradura», es decir, que no debe pensarse como en tiempos anteriores, pero que sí debe tenerse en cuenta esa forma de pensar la identidad para repensar estas nuevas definiciones. Ello supone un punto clave para comprender la identidad cultural en tiempos contemporáneos, en especial porque de ahora

en adelante, como con las culturas, no hablaremos de una sola identidad, sino de un conjunto de identidades que dependen de los contextos de interacción del individuo.

En este sentido, la identidad se plantea como un proceso de identificación[8] en el que se articula la relación entre los sujetos y las prácticas discursivas. En extenso, Hall propone que la identificación implica «extraer significados tanto del repertorio discursivo como del psicoanalítico sin limitarse a ninguno de los dos» (1996, p. 15). Esta relación tiene una serie de factores involucrados, entre los cuales se encuentran los recursos históricos, la lengua y la cultura, lo que hace susceptible de un constante cambio y transformación a este proceso de identificación. Si se entiende la identificación como un proceso de articulación constante, la identidad no sería una sola, sino un tejido que se articula y se construye de múltiples maneras a partir de discursos, prácticas y posiciones diferentes, que no siempre son coherentes y que en muchos casos se entrecruzan (Hall, 1996, p. 17).

Así, la identidad definida por Stuart Hall (1996) se entiende como un punto de encuentro (o punto de sutura como él denomina) entre los discursos y prácticas que intentan interpelarnos o ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares y los procesos que producen subjetividades y que nos construyen como sujetos susceptibles de decirse. En pocas palabras, la identidad según Hall es el ancla entre los discursos que nos sitúan en la sociedad y los procesos que nos construyen como sujetos.

En cuanto a sus características, vale destacar que las identidades se construyen dentro de la representación[9] de sí mismo y de los demás, lo que se traduce en una *narrativización* no solo del Yo sino también del Otro (en términos psicoanalíticos[10]). En este sentido, las identidades surgen dentro del discurso, por lo cual se producen en contextos socioculturales e históricos específicos, con una serie de prácticas y estrategias. En un aspecto más profundo, las identidades emergen dentro de las modalidades del poder, por lo cual tienen dentro de sus propósitos marcar las diferencias y la consecuente exclusión frente a las identidades de los

[8] Hall entiende la identificación como un proceso de sujeción a las prácticas discursivas y la subsecuente exclusión que estas sujeciones entrañan (1996, p. 15).
[9] En términos generales, Hall define la representación como «la producción de sentido a través del lenguaje» (1997, p. 3).
[10] Vale la pena recordar que uno de los referentes dentro del trabajo de identidad cultural de Stuart Hall fue, entre otros, Sigmund Freud.

otros. De esta manera, está claro que las identidades se construyen, especialmente, a través de la diferencia, de encontrar lo que opone a un sujeto o a una comunidad de otra y de establecer, a través del discurso, la jerarquía entre los polos resultantes (Hall, 1996).

2.3.2. Identidades en la red

Siguiendo en la línea de plantear que no existe una sola identidad sino un conjunto de ellas en un individuo, la identidad en la red es el concepto clave para enmarcar la presente investigación. Al respecto, la idea de que las identidades son narraciones de sí mismo y de los otros permite que desde la lingüística, más específicamente desde la pragmática[11], se pueda abordar el fenómeno (Yus, 2011).

Yus (2011) se basa en los planteamientos de Erving Goffman en *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (1978), texto en el cual el reconocido sociólogo metaforizó la vida social mediante una representación teatral, en la cual los individuos interpretamos determinados papeles en la cotidianidad dependiendo de la impresión o el rol que queramos asumir en un escenario particular. En paralelo a esta forma de entender la presentación de los individuos en sociedad (que en últimas coincide con lo mencionado acerca de identidad cultural), Yus (2011) menciona que las personas asumen características discursivas y comportamientos que les permiten establecer lazos sociales y agruparse que se negocian a través del discurso.

No obstante, la identidad en la red tiene una serie de diferencias al respecto de la forma en la que nos presentamos en la vida *offline.* Yus, en este sentido, plantea que los rasgos heredados (como la nacionalidad, el sexo, la raza, etc.) resultan menos visibles, mientras que los rasgos adquiridos (formas de comunicación y de relacionarse) se mantienen, aunque con variaciones en la interfaz (se crean marcadores de identidad, jergas, etc.) y los rasgos personales se fragmentan de forma mucho más evidente, ya que el individuo puede asumir

[11] En lingüística, se entiende por pragmática el estudio de «las condiciones que determinan el empleo de enunciados concretos, emitidos por hablantes concretos en situaciones comunicativas concretas, y su interpretación por parte de los destinatarios» (Escandell Vidal, 1993, p. 17)..

múltiples identidades virtuales que se agregan, superponen o reemplazan a la identidad física.

En vista de que, según Yus, los rasgos adquiridos son los que generan una variación más grande entre lo físico y lo virtual, entender en lo que consiste una comunidad virtual en el sentido de la interacción resulta necesario. En este sentido, Yus define una comunidad como un grupo de usuarios unidos por un vínculo particular: «el deseo de compartir cierto tipo de información, creencia o interés» (2011, p. 27). Dichos intereses se convierten en lo que el autor denomina ambientes cognitivos virtuales, es decir, un conjunto de signos sin los cuales no podría comprenderse de qué se está hablando y en qué contexto de enunciación. Estos entornos cognitivos virtuales se manifiestan como suposiciones que se espera sean entendidas por los interlocutores a través de los discursos; sin embargo, la dificultad surge porque en la Internet la referencialidad no se da desde lo material sino desde los textos.

Ahora bien, dada la cantidad de información que se esparce por la red, vale la pena retomar el tema de la «ambivalencia» mencionada en la sección de teoría y creatividad vernacular. Los textos, al producirse en determinada comunidad de habla, tienen sentido en esta y para sus usuarios; sin embargo, pueden expandirse a otras comunidades y cambiar su sentido. Para preservar esa validación de entornos cognitivos a través del discurso dentro de las comunidades, los usuarios hacen uso de marcadores de membresía, tales como expresiones lingüísticas, logosímbolos, emoticones, etc., lo que en últimas es una materialización de las identidades en el discurso.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, la identidad virtual se puede definir como una configuración que se da «mediante el uso e intercambio de textos, imágenes o discursos multimodales con otros usuarios» (Yus, 2011, p. 36). Frente a ello, Yus afirma que esto implica un alto grado de compromiso entre los usuarios de una comunidad de habla virtual para intercambiar la información adecuada que permita construir la identidad personal y colectiva. Es así como el intercambio de imágenes, discursos, videos, etc. permite configurar una serie de patrones de comportamientos o rituales específicos de los individuos y la

comunidad en la cual asuma determinada identidad, de modo que se consolide un sentido de pertenencia individual y grupal.

Esto implica que los discursos personales, colectivos y de otros usuarios definen la identidad virtual de una persona. Sin embargo, se debe recordar que dicha identidad es solo una «imagen» de tantas que se pueden asumir, por lo que el «yo virtual» puede exhibir ciertos atributos en un contexto y ciertos atributos en otros, dependiendo de las prácticas y rituales permitidos o no permitidos en la comunidad y con la cual se identifica. En este sentido, en los contextos digitales, la representación virtual del individuo es un conjunto de datos que incluyen la información básica más lo que se crea y se comparte (Yus, 2011).

En suma, una identidad en la red se construye a partir del intercambio de discursos multimodales que están enmarcados en una comunidad de habla específica. La identidad de una comunidad, de igual forma, se construye a partir del intercambio de textos de los usuarios, lo que va construyendo un entorno cognitivo virtual que rige las interacciones dentro del grupo y, por ende, la identidad de los individuos en ese entorno, caracterizadas por «marcadores» que permiten identificar el sentido de pertenencia de los usuarios y de su comunidad, para diferenciarse de otros y así mantener el sentido de sus discursos cohesionados (evitando la ambivalencia). Dicha identidad o imagen asumida en dicha comunidad por un usuario puede ser un agregado o una manifestación completamente diferente de la identidad que un individuo manifiesta de forma física; no obstante, suele estar anclada de una u otra forma a referentes de la vida física del individuo, referentes que pueden ser o no compartidos con los demás miembros de la comunidad virtual.

2.4. Meme de Internet

Esta sección que va a distinguir entre el concepto de meme clásico –que puede encontrarse en los estudios de antropología cultural– y el de meme de Internet puede encontrarse en prácticamente todos los textos que estudien el fenómeno en cuestión. La situación es que se tiende a cometer la ligereza, desde mi perspectiva y desde la de otros autores (Castaño Díaz, 2011; Milner, 2016; Shifman, 2014b), de analizar las manifestaciones comunicativas

denominadas «memes» en internet desde la perspectiva de Richard Dawkins, sin tener en cuenta el sentido que dicho autor le dio a este concepto y desde el enfoque epistemológico desde el cual fue enunciado. En este sentido, vale la pena diferenciar, una vez más, la noción de meme clásica propuesta por Dawkins de aquella noción más específica que permite entender el meme de internet como un fenómeno comunicativo. Por supuesto, los aportes de la teoría de Dawkins han sido relevantes históricamente para construir una definición nueva, pero analizar el fenómeno desde la teoría clásica que dio origen a la memética sería ignorar otros factores fundamentales que caracterizan el meme de Internet.

2.4.1. Del «meme» al «meme de Internet»

La definición de meme de Internet está altamente influenciada por los estudios derivados de la memética cultural propuesta inicialmente como teoría en este campo por Richard Dawkins (1976). Autores como Knobel y Lankshear (2003, 2005, 2007) empezaron a explorar el campo de los memes de Internet bajo las ideas de la memética cultural, en gran medida por la incidencia que produjo el hecho de denominar «meme» a estos contenidos de la Internet que conocemos hoy en día con dicho nombre[12].

Sin embargo, lo que autores como Shifman (2014a), Phillips (2015) y Milner (2016) critican frente a la relación que existe entre esta teoría del meme propuesta por Dawkins hace más de cuatro décadas y el fenómeno que se presenta ante nosotros conocido como el meme de Internet debe ser tenido en cuenta. La pregunta, en primer lugar, es si realmente deseamos entender el meme como un virus, como un contenido viral que se propaga o incluso como una completa analogía a la genética (empleando términos como fenotipo, genotipo, transcripción o código pese a que estamos frente a un fenómeno social), pregunta que también comparte y discute Vélez Herrera (2013), en un extenso trabajo doctoral que discute todo el recorrido de la memética. Por supuesto, estas posturas profundamente biologicistas heredadas de Darwin forzarían la explicación del fenómeno a través de una

[12] El primer rastro que relaciona el meme en la Internet con el concepto planteado por Dawkins en 1976 data, según Milner (2016), de 1994, cuando Mike Godwin –abogado– escribió en la revista Wired acerca de su frustración frente al «meme de comparación nazi», de donde surgió la famosa Ley de Godwin que dicta que, a medida que una discusión en línea se alarga, la probabilidad de que aparezca una comparación en la que se mencione a Hitler o a los nazis tiende a aumentar.

teoría que puede no dar cuenta de todo lo que representa, tal y como ciertos autores argumentan. Frente a ello, Milner (2016) cuestiona:

> It's true that *meme* is the *in vivo* term cultural participants began using twenty years ago to describe the texts they were creating, circulating, and transforming. But this fact doesn't itself mandate that memetic theory is the best way to understand internet memes. As a tool for explaining cultural processes, memetics is contested both from within and beyond media studies (p. 19).

Para Milner (2016), la agencia de actores individuales para responder e influir en las transmisiones culturales brillaría por su ausencia bajo esta lupa. En un sentido similar, Phillips (2015) argumenta que los memes solo tienen sentido en relación con otros memes, y permiten que los participantes hablen con claridad y coherencia a otros miembros del colectivo. La capacidad de los miembros de una comunidad para hacer referencia, reconocer y remezclar los memes ayuda a fortalecer un sentido básico de la identidad. Lo anterior indica que no es posible pensar en una identidad a través del meme de Internet, en términos «subculturales» (que es el enfoque desde donde Phillips estudia los memes de Internet), sin una participación colectiva y activa de sus miembros, ya que son ellos quienes les dan vida, crean, ponen en circulación y transforman dichos textos.

Entiendo que los miembros de la comunidad digital que estoy estudiando son agentes activos dentro de una cultura participativa en la que se elaboran memes de Internet con un propósito y no como una mera transmisión de información que se pueda imitar. Por ello, inclinarme hacia lo propuesto por Milner, Shifman y Phillips me permitirá construir la definición concreta del término, alejándome, aunque no del todo, de la propuesta de Dawkins.

2.4.2. El meme de internet

La definición de Limor Shifman resulta siendo la más amplia para explicar el meme de Internet en mi investigación. Ella afirma que un meme de Internet puede entenderse como

«un grupo de elementos digitales que comparten características comunes de contenido, forma o postura, que se crearon con conciencia mutua, y que fueron circulados, imitados o transformados a través de Internet por muchos usuarios»[13] (2014a, p. 41). Esta definición, que se supone amplia, por supuesto, debe ser clarificada y a su vez delimitada.

Para empezar, Shifman hace un recorrido histórico de las corrientes que han estudiado el meme de Internet, aunque rastrea el primer uso del término en 1870, cuando el sociólogo Ewald Hering acuñó el término *die Mneme* (del griego *mneme*, memoria), del cual Richard Simon se valió para publicar un texto en 1904 (Shifman, 2014a). No obstante, la primera etapa de estudio del meme tal y como se conoce actualmente radica en los planteamientos realizados por Richard Dawkins a través de su texto *The Selfish Gene* (1976). Con las bases dadas por Dawkins, tres corrientes surgieron para entender el meme durante las décadas posteriores, denominadas por Shifman (2014a) como la corriente mentalista (idea mental + vehículo de transmisión), la conductista (como comportamiento y artefacto al mismo tiempo) y la inclusiva (información de cualquier tipo que es susceptible de ser imitada).

De estas tres corrientes, Shifman se separa y conforma una nueva visión del meme, orientada esta vez al fenómeno de la Internet y centrada en dos puntos esenciales: (a) entender el meme como una unidad de difusión imitable y (b) entender el meme como un conjunto de unidades de contenido con características similares (Shifman, 2014a). En cuanto al primer punto, la autora plantea tres posibilidades de imitación (que están relacionadas con la definición de meme de Internet subrayada más arriba): imitación en cuanto a la *forma* –la posibilidad de imitar la información física de un mensaje (lo tangible, es decir, si es texto, imagen, video, etc.)–, imitación en cuanto al *contenido* –imitar las ideologías o ideas de un texto– e imitación en cuanto a la *postura* –es decir, la posición que toma el interlocutor frente a la función comunicativa que piensa manifestar, frente a las estructuras de participación de la comunidad y frente al tono y estilo de comunicación–.

En cuanto al segundo punto, los memes de Internet cuentan con una serie de características similares que, si bien pueden diferir dependiendo del género del meme (o tipo de meme),

[13] Traducción propia.

parecen ser recurrentes en la gran mayoría de ellos. En relación con ello, Knobel y Lankshear (2007) hicieron aportes significativos al estudiar una serie de memes de Internet populares hace un poco más de una década. Así, encontraron que el humor, la rica intertextualidad y las yuxtaposiciones anómalas eran rasgos que podían permitir clasificar los memes de acuerdo con el propósito de hacer comentarios sobre realidad sociales, con humor absurdo, sobre gustos particulares (como *otakus*) o sobre bromas.

Por supuesto, esta definición derivada de una serie de rasgos ha sido replanteada por autores como Castaño Díaz (2011) o Da Cunha (2007), aunque siempre manteniendo como marco teórico el estudio de la memética de Dawkins y sus posteriores desarrollos. Por ejemplo, Da Cunha clasifica los memes según sus características en función de los rasgos que para Dawkins tiene un meme: fidelidad, fecundidad, longevidad y alcance. Castaño Díaz (2011), por su parte, luego de hacer un análisis de los desarrollos de la teoría memética de Dawkins por parte de diversos autores, construye una definición de meme de Internet mucho más precisa, para la cual plantea una serie de unidades de análisis que permite caracterizar estos textos, como lo son la unidad de información, forma, mutación, tipo, contexto social, alcance, estructura temporal, interactividad, inicio y meta.

En este aspecto, Limor Shifman (Shifman, 2012, 2014a) caracteriza los memes partiendo de la pregunta «¿qué hace a un contenido memético», para lo cual lo divide ya sea para videos o imágenes. La autora explica características de aparición en memes como gente ordinaria, masculinidad defectuosa, humor, simplicidad, repetitividad, contenido espontáneo, yuxtaposiciones o movimientos congelados. Estos rasgos, algunos más de forma que de contenido, podrían no presentarse en un mismo meme.

Sin embargo, es Milner (2016) quien da una caracterización más clara y profunda desde la perspectiva de una cultura participativa. El punto de vista de este autor coincide más con los fenómenos culturales derivados de los memes de Internet que motivaron esta investigación y cuyo auge, al menos en Latinoamérica, a la fecha siguen vigentes. Para Milner, en pocas palabras, el meme de Internet es la materialización de una cultura mediática de participación que se comunica a través de estos discursos colectivos participativos en línea, como lo son

las ciberculturas, a través de un proceso que incluye la creación, la circulación y la transformación de un contenido en meme. Así, él plantea cinco características que son el fundamento lógico de esta cultura:

- **Multimodalidad:** los memes de internet son textos que llevan consigo diferentes códigos semióticos cuya combinación construye su significado. Se basa en Kress y Van Leeuwen (2006) para esta definición.
- **Reapropiación**: consiste en tomar los textos populares, releerlos y volverlos a utilizar de forma que sirva para los intereses propios de un individuo o comunidad.
- **Resonancia:** para Milner, los textos se vuelven meméticos cuando conectan con un número suficiente de participantes para inspirar su repetición a partir de una premisa fijada. El humor, por ejemplo, es un recurso clave para la resonancia, aunque la conciencia social y el activismo también pueden generarla (Gal et al., 2016).
- **Colectivismo:** tiene que ver con la puesta en escena de contenidos en un contexto social participativo enmarcado en determinadas normas dictadas por la interfaz. Así, la expresión individual en la creación de un meme cobra sentido cuando una comunidad lo pone en circulación y lo transforma.
- **Difusión:** tiene que ver con la viralidad. Todo texto que resuene es mucho más susceptible de ser difundido de manera masiva. Está íntimamente relacionado con lo que Jenkins y colaboradores plantean acerca del potencial técnico y cultural para las audiencias de compartir contenido para sus propósitos particulares (2013).

En resumen, para la presente investigación, el meme de Internet es el resultado de una práctica comunicativa centrada en la creación, transformación y reapropiación de contenidos culturales con características como la multimodalidad, reapropiación, resonancia, colectivismo y difusión. Este resultado de una práctica comunicativa es generalmente una unidad de difusión imitable cuya estructura gira en torno al contenido (ideas o ideologías), la forma (imagen, texto, video, etc.) y la postura (propósito discursivo). Su creación surge de un individuo pero depende de referentes compartidos entre los miembros de una comunidad en particular. Dependiendo de su contenido forma y postura, se enfoca en el humor, la producción amateur, la simplicidad, la repetitividad, la espontaneidad, la

yuxtaposición de contenidos y las reacciones frente a determinados eventos de la vida social tanto popular como subcultural.

2.5. Humor

El humor ha sido motivo de reflexión en diferentes campos del conocimiento. Desde que el ser humano tiene su historia plasmada en textos escritos, nos hemos preguntado de qué nos reímos, qué razón subyace a la risa y por qué determinados eventos o expresiones producen ciertas reacciones en nosotros. Varios autores han estudiado sistemáticamente estas teorías y las han agrupado de varias maneras pero, para esta investigación, me centraré en enunciar las más importantes y luego me quedaré con las que considero más relevantes para entender los memes de internet de la comunidad de estudio.

Enrique Gallud Jardiel (2014), doctor en Filosofía y ensayista, ha estudiado ampliamente las teorías del humor desde los más grandes pensadores de la historia. El autor hace un recorrido que pasa por autores desde la antigua Grecia y atraviesa las grandes edades de la historia humana para describir cómo varios pensadores se adscribían a ciertas formas de entender el humor.

Gallud Jardiel destaca por ejemplo las teorías de la ignorancia de Platón, de la mímesis de Aristóteles, del juego de Santo Tomás de Aquino, del placer de Juan Luis Vives, del escarnio de René Descartes, de la gloria súbita de Thomas Hobbes, del ingenio de John Locke, de la expectativa defraudada de Immanuel Kant, del triunfo de Hegel, de la incongruencia de Arthur Schopenhauer, del satanismo de Charles Baudelaire, de la sorpresa de Charles Darwin, del alivio de Herbert Spencer, de la compensación de Friedrich Nietzche, de la regresión de Sigmund Freud, del automatismo de Henri Bergson, de la cultura de Jardiel Poncela y de la bisociación de Arthur Koestler.

Camacho (2005), por su parte, recoge en un amplio estado del arte los estudios sobre el humor desde la antigua Grecia hasta el presente siglo. Dentro de las diferentes categorizaciones posibles de las teorías del humor, el autor resalta cuatro categorías en las

que se inscriben las teorías del humor: las teorías de la superioridad, las de la incongruencia, las de la ambivalencia y las de la liberación.

La *teoría de la superioridad* indica que nos reímos ante accidentes, defectos, desventajas o errores de los demás. Por ello, quienes se ríen sienten una especie de tranquilidad, gloria súbita o superioridad sobre quien padece alguna desgracia. Autores como Thomas Hobbes, Platón, Aristóteles, entre otros abordaron el humor de esta manera (Camacho, 2005). Por su parte, la *teoría de la incongruencia* señala que lo que genera risa son las incoherencias que se dan al confundir niveles lógicos, por darse alguna expectativa frustrada o por elementos contradictorios que terminan relacionados. Autores como Kant y Schopenhauer describieron la risa de esta manera (Camacho, 2005). Entretanto, *la teoría de la ambivalencia* plantea que «en el humor a veces suelen haber sentimientos incompatibles o situaciones ambivalentes que luchan entre sí por prevalecer» (Camacho, 2005, p. 37). Finalmente, la *teoría de la liberación* dicta que el humor permite a las personas liberarse de la inferioridad, la redundancia, el conformismo, la seriedad, el egoísmo, la moralidad, la ingenuidad, la razón y el lenguaje (Camacho, 2005). Sigmund Freud fue uno de los autores que entendió la risa de esta manera, además de Friedrich Nietzsche.

Resultaría difícil elegir un solo enfoque teórico sobre el humor si nos concentráramos en los memes de internet producidos por la comunidad SDLG. De hecho, una definición de humor coherente con el fenómeno indicaría no solo una teoría del *juego* (los memes como simple diversión, para bromear), sino que en ciertos escenarios hay una evidente *superioridad* (intelectual) frente a la desgracia ajena, una estructura del meme basada en la *incongruencia* (diferentes escenarios de mundos distintos conectados), e incluso una forma de *compensación* y crítica frente a la vida y su rigurosidad moral y religiosa. En suma, este marco de humor orientará para comprender de qué se ríen; sin embargo, no pretende ser una camisa de fuerza, puesto que los resultados pueden apuntar a describirse desde una teoría o, como se mencionó anteriormente, mediante una convergencia de varias.

3. Komo lo isiste prro :v (diseño de la investigación)

La elaboración de un diseño metodológico para estudios en la Internet, en los últimos años, ha logrado sistematizarse gracias a la gran cantidad de información que con la Web 2.0 se puede almacenar de los usuarios de páginas de Internet y redes sociales. De hecho, es bastante usual encontrar estudios orientados a lo cuantitativo cuando se refiere a los estudios de las redes sociales, especialmente porque todo impacto puede medirse con interacciones dentro de determinada interfaz o plataforma. Sin embargo, la investigación que motivó este escrito no se inscribe necesariamente dentro de un propósito que pretenda medir tendencias o interacciones. Lo que me interesa explorar realmente es cómo a través de memes se genera identidad dentro de los miembros.

Para lograr comprender cómo es que esto sucede, se hace necesario ingresar a la comunidad, evidenciar sus prácticas, sistematizarlas y confrontarlas con las voces de sus miembros, al mismo tiempo que con las interpretaciones propias de quien investiga. En ese sentido, una investigación cualitativa esencialmente descriptiva, más específicamente etnográfica, se presenta como el camino más preciso para comprender los fenómenos culturales que subyacen la creación y distribución de los memes de Internet en la comunidad. No obstante, la etnografía, como se conoce en su definición más clásica, no se ajusta plenamente a entornos como Facebook, puesto que, para empezar, no hay un lugar físico en el cual un investigador pueda hacer su «trabajo de campo» propiamente dicho.

Afortunadamente, las herramientas se adaptan como los seres humanos a sus contextos. Por ello, en este capítulo se pretende mostrar no solamente el marco metodológico de la investigación –que estará enmarcado en la *netnografía*–, sino también su diseño, el cual incluye elementos que vinculan el marco teórico con el proceso comunicativo que

desencadena la construcción de identidad de los adolescentes miembros de la comunidad Seguidores de la Grasa (como lo es la relación entre lo *etic* y lo *emic*). Para ello, se describirá entonces, en primer lugar, lo que se entiende como netnografía. En segundo lugar, se presentará el diseño de la investigación, en la que la observación del investigador, conjugada con sus interpretaciones y las voces de los informantes, permitirá entender con mayor claridad los memes de internet y todo lo que gira en torno a ellos en términos de identidad.

3.1. La netnografía como eje metodológico

3.1.1. Definición

La netnografía –también llamada etnografía digital, etnografía online, etnografía virtual o ciberantropología (Del Fresno, 2011)– se puede entender como una ampliación del objeto de estudio de la etnografía, aunque difieran fundamentalmente por un aspecto esencial: el entorno. Frente a ello, el «ciberespacio» toma una importancia crucial para distinguirse de la forma más tradicional de los estudios etnográficos, puesto que ese espacio, ese «espacio sin lugar» (Del Fresno, 2011, p. 23), constituye un entorno en el que los usuarios habitan no de cuerpo presente, pero sí mediante sus interacciones y discursos.

Desde este punto de vista, se entiende la netnografía como un método de investigación cualitativa en la que se indagan los aspectos socioculturales de fenómenos mediados por Internet (Urbina Urbina, 2013). De este modo, se constituye como una estrategia para estudiar las relaciones humanas dentro del «ciberespacio» en grupos que tienen formas particulares de comunicarse, socializar y desarrollar su propia cultura e identidad sin necesariamente establecer encuentros presenciales (Urbina Urbina, 2013).

Ahora bien, en términos de investigación, la netnografía no difiere mucho de las estrategias etnográficas y sus objetivos, que son en el fondo permitir comprender una cultura específica a partir de la descripción de sus prácticas sociales y sus modos de relacionarse, para así comprender los significados intersubjetivos (Del Fresno, 2011). Para lograr ello, el rol del investigador resulta fundamental para no solo documentar todo lo anterior, sino también

para interpretarlo a través de su involucramiento –o no– en determinados aspectos de la cotidianidad de dicha cultura. En este sentido, la labor de quien investiga se torna profundamente subjetiva, puesto que su visión otorga además un punto de vista esencial en la comprensión de los fenómenos hallados dentro de la comunidad.

Partiendo de esta distinción, Del Fresno (2011) plantea tres principios de la etnografía que se reformulan para la investigación netnográfica:

1. La mejor forma para comprender una cibercultura o comunidad online es a partir de la **producción de sus discursos**, ya que permite dilucidar tanto su cultura como sus emociones.
2. Dicha cibercultura debe comprenderse no solo desde quienes pertenecen a ella, sino también desde el investigador. Ello implica comprender **cómo se construye la identidad online**, la cual se da a partir de la construcción dialógica de sí mismo y de los otros.
3. La cibercultura debe ser comprendida como un todo, es decir, que las conductas **no están excluidas del contexto** en el que ocurren.

Estos tres principios, coherentes con la presente investigación (los memes de Internet como los discursos producidos por la comunidad, la inquietud sobre la construcción de identidad de este grupo a partir de estos y cómo incide la cotidianidad de sus vidas y contextos en la formación colectiva de dicha identidad) permiten justificar su empleo como metodología de investigación cualitativa para comprender los fenómenos que en la comunidad SDLG se gestan para que ellos puedan identificarse tanto dentro como por fuera de la red.

Como se verá a lo largo de este documento, todos estos aspectos y otros adicionales no tenidos en cuenta por Del Fresno serán contemplados a lo largo de los hallazgos de la investigación. Por lo pronto, vale la pena resaltar dos elementos fundamentales en la investigación (n)etnográfica que permitirán la recogida de datos durante el diseño de investigación: la observación no participante y las entrevistas. Estos conceptos son coherentes con investigaciones recientes relacionadas con los grupos autistas, como las presentadas por Ojeda Copa (2017), quien hizo una netnografía, y Pérez-Salazar (2019;

2017), quien hizo entrevistas y observación participante (en esta tesis se trabajará desde la no participante, como se mencionará a continuación).

3.1.2. Observación no participante

De acuerdo con Del Fresno (2011), la netnografía, popularizada por Robert Kozinets, traía consigo un error de fondo: reducir la investigación a observación participante desconociendo muchas de las dinámicas de los grupos sociales en la red. Frente a esta crítica de Del Fresno a Kozinets coincido en gran medida especialmente por la exploración que se ha dado de la comunidad que será estudiada. La cultura juvenil que es motivo de investigación en esta tesis cuenta con ciertas reglas que limitan o restringen la actividad de ciertos miembros en gran medida porque se debe tener un conocimiento muy específico de sus prácticas para participar en ellas.

Así, la observación no participante, entendida como la participación encubierta en la vida diaria de las personas en un periodo de tiempo (Del Fresno, 2011), se convierte en una técnica fundamental para investigar este tipo de comunidades tan cerradas y selectivas en sus prácticas, dado que intervenir en sus actividades podría poner en riesgo no solo la recolección de información, sino las mismas dinámicas naturales que se dan en el grupo. Ahora bien, con respecto al tiempo de la observación o de permanecer en el «campo», en la netnografía esta variable depende mucho de la información recolectada y de en qué momento podría llegarse a una posible saturación.

En este sentido, para la presente investigación no hubo un tiempo claramente definido para su inicio o finalización, ya que la observación no participante ha comenzado desde el interés por esta comunidad, el cual data de julio de 2017. No obstante, el registro de la información recolectada, de forma sistemática, se ha llevado a cabo mediante diarios de campo (uno sobre actividades relevantes del grupo y uno relativo a la construcción de un glosario), almacenamiento de memes de Internet representativos y compilación de anuncios o normas de la comunidad desde diciembre de 2018, de manera que a partir de lo guardado se pueda

contribuir a armar el rompecabezas netnográfico en conjunto con la información brindada por los miembros de la comunidad a través de entrevistas.

3.1.3. Entrevistas

A pesar de que la observación no participante es la técnica principal para el desarrollo de esta investigación, resulta muy difícil, sino imposible, lograr toda la información necesaria para comprender las dinámicas comunicativas de la comunidad SDLG en procura de su construcción de identidad. De esta manera, la búsqueda de informantes se convirtió en una necesidad crucial para validar o rechazar las hipótesis que surgieron durante la observación y, además, para complementar información que difícilmente pudiera ser rastreada, como por ejemplo la historia del grupo o ciertas anécdotas o hazañas logradas por la comunidad que difícilmente pueden ser documentadas con un solo meme de Internet.

Así, se buscaron individuos que pertenecieran o hubieran pertenecido a la comunidad y que tuvieran el conocimiento suficiente sobre su cultura para desentrañar algunos significados propios evidenciados en los memes de Internet que no pudieron ser rastreados o interpretados a cabalidad. Con ellos, se realizó una entrevista semiestructurada, entendida como una reunión entre entrevistador y entrevistado mediada por una guía de asuntos o preguntas –relativos a la información que se requiere– que el investigador tiene la libertad de plantear o no sin seguir un orden o estructura rígida (Hernández-Sampieri et al., 2006), para así cumplir con el objetivo de interpretar el fenómeno no solo desde lo *etic* (como lo ve el investigador), sino también desde lo *emic* (como lo ve el miembro de la comunidad). La guía de la entrevista semiestructurada puede observarse en el **Anexo 1**.

Hay que tener en cuenta que la calidad de los informantes, para el presente estudio, estuvo dividido en dos: en primer lugar, se buscaron usuarios y miembros de la comunidad SDLG que hubieran permanecido varios años en la comunidad y que conocieran tanto sus dinámicas como su evolución, forma de comunicación y elaboración de sus memes de Internet; en segundo lugar, se buscaron informantes privilegiados, es decir, aquellos administradores y moderadores del grupo (inclusive a sus creadores) que «por accidente,

experiencia, talento o preparación pueden proporcionar la información más completa o útil sobre aspectos particulares de la vida» (Kottak, 2006, pág. 48, citado por Del Fresno, 2011, pág 74.), como por ejemplo la historia de la comunidad. Dichas entrevistas a ambos tipos de informantes se realizaron de diversas maneras, en vista de la variedad de opciones que ofrece la netnografía. En algunos casos, las entrevistas fueron hechas por la plataforma de Facebook, mientras que otras fueron hechas mediante herramientas tecnológicas propias de la comunicación contemporánea entre los jóvenes, como Discord o Instagram, dado que muchos de ellos vivían en otros países.

3.2. Diseño de la investigación

Frente al diseño de las investigaciones cualitativas, Hernández-Sampieri y colaboradores (2006) plantean: «Cada estudio cualitativo es por sí mismo un diseño de investigación. Es decir, no hay dos investigaciones cualitativas iguales o equivalentes (son como hemos dicho "piezas artesanales del conocimiento" "hechas a mano", a la medida de las circunstancias)» (p. 686). Construir el diseño de investigación es, pues, una labor «artesanal» del investigador, que debe tomar elementos de una u otra fuente para elaborar un andamiaje que le permita llevar a cabo una serie de objetivos propuestos y encaminados hacia la descripción, exploración o explicación de un fenómeno.

En este sentido, la presente investigación presenta un diseño propio del investigador caracterizado por ser cualitativo y descriptivo pero enmarcado en una metodología netnográfica que mezcla aportes de Del Fresno (2011) y Urbina (2013), complementados por lo presentado sobre diseño etnográfico en el texto de Hernández-Sampieri y colaboradores

(2006). En la **Figura 1** se puede observar gráficamente cada uno de los pasos de la investigación y, a continuación, se explicarán cada uno de ellos.

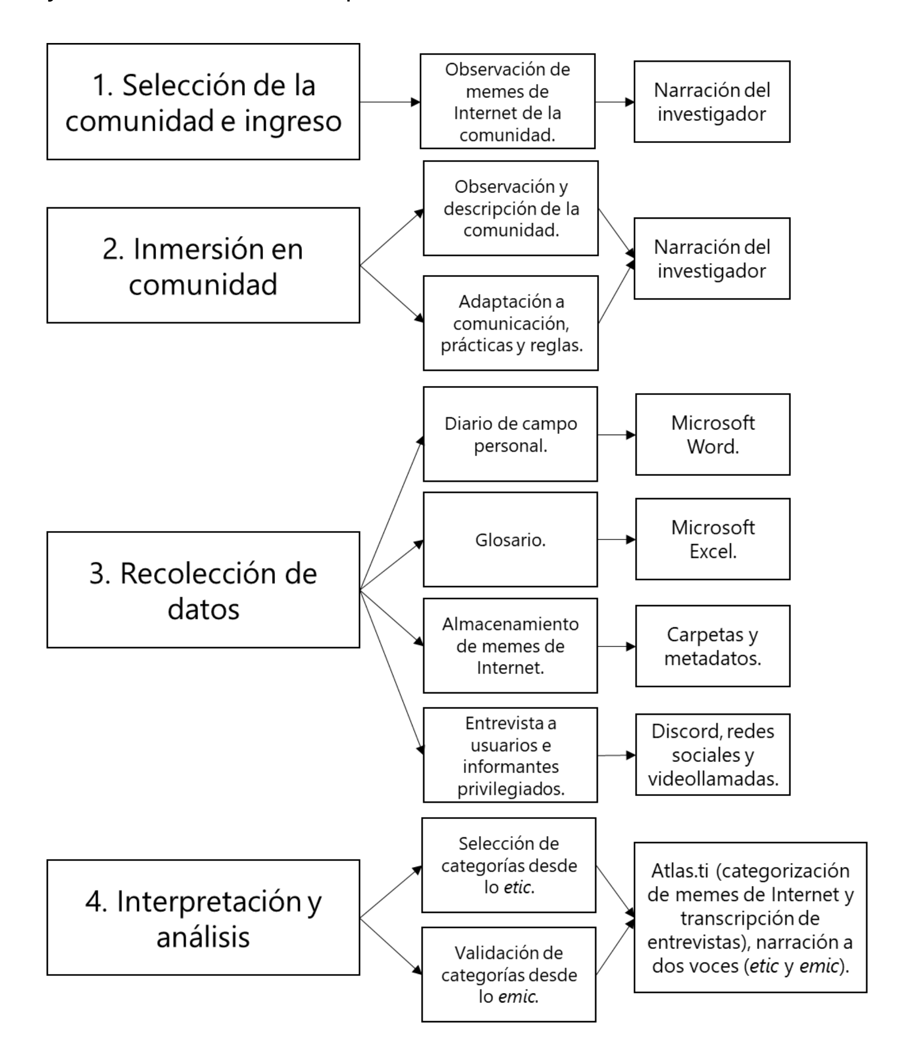


Figura 1. Diseño de la investigación

3.2.1. Selección de la comunidad e ingreso

La selección de la comunidad surgió por dos motivos fundamentales: curiosidad del investigador e impacto de las prácticas comunicativas de los memes de Internet de dicha comunidad en el entorno de los adolescentes en la red, evidenciado a través de la observación. Para el año 2017, tiempo en el cual se eligió esta comunidad, SDLG se encontraba en uno de sus momentos más importantes, especialmente por el número de miembros (más de 600.000). Con el pasar del tiempo, si bien por diversos factores el número

de *grasosos*[14] se ha reducido significativamente, todavía se mantiene entre los usuarios una identidad propia con dinámicas y formas de comunicación que han influenciado a varios jóvenes durante los últimos años.

Así pues, la observación y la relevancia del grupo para entonces fueron el factor determinante para elegirlo. Ahora bien, en cuanto a la descripción de este proceso, el relato etnográfico evidencia una narración sobre la vivencia del investigador no solo frente al reto de elegir la comunidad con respecto a otras, sino también los constantes sucesos e intentos por ingresar al grupo de Facebook de la comunidad, entendiendo que al ser una cibercultura juvenil muy cerrada requiere un proceso riguroso para ser admitido dentro del grupo.

3.2.2. Inmersión en la comunidad

Una vez que como investigador logré ingresar a la comunidad, la segunda parte del diseño estuvo encaminado a caracterizar el entorno, soportado mediante la interfaz de Facebook. La idea no es hablar de la plataforma, sino más bien de cómo la comunidad utiliza este entorno y se adapta a las dinámicas del grupo en términos de su forma de comunicarse y de regirse por ciertos parámetros estrictos. Para esta etapa, como investigador, la observación no participante resultó ser la única herramienta para poder empezar a comprender cómo los usuarios interactuaban y moldeaban estos procesos comunicativos siguiendo unas normas particulares de habla y comportamiento, propia de una historia que, si bien no conocía, sí sospechaba por sus particulares actividades como grupo.

Gracias a esa inmersión, observación y adaptación, logré mantener una identidad de *fantasmón*[15] desde la que entendí varios fenómenos de la comunidad y pude describir, mediante la narración, algunas cuestiones como su estructura, sus reglas, algunos patrones de conducta, origen de los miembros, intereses particulares, eventos centrales, la comprensión de varios de sus memes, entre otros. De esta manera, la presente etapa del

[14] Denominación dada a los miembros de la comunidad.
[15] Esta categoría se profundizará en el capítulo de análisis e interpretación de resultados. Por lo pronto, se puede definir desde el investigador (y no desde lo vernacular) como un individuo que pertenece al grupo pero que no interactúa con nadie ni reacciona a las publicaciones de los miembros de la comunidad en la plataforma de Facebook.

diseño de la investigación, al igual que la anterior, servirá para describir el contexto que sentará las bases para la comprensión de los datos recolectados a lo largo de la investigación y que se presentan en la siguiente etapa del diseño.

3.2.3. Recolección de datos

La etapa de la recolección de datos en el diseño de esta investigación constituye un paso crucial, ya que en esta se empiezan a combinar los datos del investigador con los datos propios de los informantes. Del mismo modo, en esta fase se presenta en pleno la labor netnográfica, puesto que se empiezan a recoger datos a partir de varias técnicas que permitirán comprender el grupo desde lo *emic* y desde lo *etic*.

Para lograrlo, se tuvieron en cuenta cuatro herramientas de recolección de datos orientadas a conseguir la mayor cantidad posible de información en un lapso de seis meses (diciembre de 2018 a mayo de 2019), con asistencia constante –pero no permanente– a la comunidad para observarla y extraer información de ella. Así, el diario de campo (creado en un documento de Microsoft Word), un glosario (creado en un documento de Microsoft Excel), una carpeta de almacenamiento de memes de Internet (creada en la interfaz de Windows 10 incluyendo metadatos de fecha y referencia de los memes de Internet guardados) y entrevistas a usuarios e informantes privilegiados (contactos logrados a través de las redes sociales como Facebook, Instagram y Discord) fueron los instrumentos empleados para el levantamiento de los datos de la investigación y que, por supuesto, están enmarcados en las técnicas propias de la netnografía que sirven como base de esta investigación: la observación no participante (§3.1.2.) y las entrevistas (§3.1.3.).

3.2.4. Interpretación y análisis

Finalmente, la interpretación y análisis de lo hallado se espera lograr mediante el diálogo entre *emic* y lo *etic*. Como se plantea desde los estudios etnográficos, la visión de la comunidad_sobre sí misma y sus prácticas *(emic)* es un recurso tan importante o incluso más que lo que el investigador pueda interpretar o analizar del fenómeno en cuestión *(etic)*.

Entendiendo que en principio el contexto de este estudio es la comunicación vista desde una perspectiva sociocultural resultaría imposible construir este estudio como un monólogo del investigador. En conjunto con esta óptica, observar los contenidos que median entre los individuos no bastaría para comprenderlos en el contexto de la comunidad, por lo que la amalgama entre el diálogo y los memes es el sustrato que entiende la comunicación como una práctica que expresa lo que es una comunidad no solo desde lo que dice un investigador, sino también desde lo que ellos mismos dicen.

Teniendo toda la información, el primer paso consistirá en determinar dentro de qué categorías giran los memes de Internet seleccionados, para luego poner ello en relación con la visión del investigador y las voces de los miembros de la comunidad. Así, los memes se sistematizarán con Atlas.ti para evidenciar las categorías, mientras que las entrevistas y las anotaciones de diarios de campo se sistematizaron a través de Microsoft Excel. Las categorías emergerán especialmente de lo evidenciado en mi rol como investigador (etic); no obstante, aquella información que provean los usuarios o informantes de la comunidad sobre sus propias prácticas orientadas a los memes de Internet como discursos identitarios (emic) permitirá validar y poner en discusión lo que a través de la observación y sistematización pude hallar durante el proceso de inmersión en el campo.

4. El pacman y la grasa: un estilo de vida (relato etnográfico)

Al preguntarle a Mr. Graso[16] sobre el emoji de pacman, su respuesta fue una:

> Para nosotros es un símbolo, y representa mucho, representa lo friki que podemos ser, o todo, es un estilo de vida (Mr. Graso, comunicación personal, 2019, 13 de julio de 2019).

Cuando mencionó aquello no supe si era consciente de la trascendencia de esa expresión. Ese estilo de vida friki que mencionó –el cual es solamente una manera menos compleja de describir esta forma de pensar– logró calar en cientos de miles de adolescentes de América Latina en la última década y se ha resumido en un emoji que, además de ya tener todo un significado en la comunicación de muchos adolescentes, se convirtió en el símbolo identitario de varias comunidades denominadas autistas –dato que coincide con estudios como los de Pérez-Salazar (2019) y Ojeda Copa (2017)–, dentro de las que se podría incluir la que quizá ha sido la más grande de la región: Seguidores de la Grasa (SDLG).



Imagen 1. Emoji de Pacman, insignia del grupo SDLG

[16] Mr. Graso es el seudónimo actual de Gerardo Valdéz, fundador y creador del grupo Seguidores de la Grasa.

Para nosotros los adultos, incluso para un grueso de personas, este nombre no dice mucho, parecería una denominación más bien extraña, quizá relacionada con lo gastronómico. Sin embargo, si en alguna red social encuentra una expresión como «#HailGrasa :v» probablemente llegue otro usuario que responda con el mismo comentario… O al menos eso habría sido más probable un par de años atrás, en la época de gloria de la comunidad. SDLG fue grande, marcó una generación digital de jóvenes que encontraron en ella un refugio para sus vidas complejas en entornos online. Hoy, por diferentes factores, la comunidad se ha transformado, ya no es lo que era, pero sigue existiendo no solo por sus momos o su «estilo de vida», sino también por su legado en cuanto a nuevas formas de comunicar identidad.

La necesidad de saber por qué los contenidos eran tan sugestivos para mí me invitó a investigar sobre ellos, a ingresar en su comunidad y a entenderlos por encima de juzgarlos, como se suele hacer en varios rincones de la red. Así, este relato etnográfico, hecho desde mi óptica y nutrido con contenidos de toda la internet al igual que con conversaciones sostenidas con usuarios grasosos (como se hacen llamar), está inspirado y dedicado a esta comunidad como una forma de reivindicar sus maneras de comunicarse y de existir en un mundo en el que pareciera que son lo apartado, lo aislado, lo más excluido. Ello no implica que deje de ser crítico frente a ciertos aspectos o testimonios, puesto que considero que esto también contribuirá a la reflexión de las prácticas culturales y comunicativas de este tipo de comunidades en la red.

Me centraré en hablar sobre su historia, su origen y su desarrollo, para luego enfocarme en sus formas de comunicación, aspecto fundamental para comprender la identidad en la red de esta comunidad autista. Más adelante, me enfocaré en la manera en la que se construyen los grasosos a través de sus propios discursos para, finalmente, abordar la manera en la que excluyen ciertas prácticas y grupos que se consideran ajenos a su forma de pensar y de vivir. Como cierre, dedicaré unas líneas a presentar la relevancia de este grupo para toda una generación de adolescentes latinoamericanos (puede sonar exagerado, el futuro lo dirá) y

cómo sus mismas construcciones comunicativas han dejado un legado para la expresión de ideas en la internet incluso para personas que no pertenecieron nunca a SDLG.

4.1. Historia de la comunidad

Seguidores de la Grasa surgió, quizá de forma conveniente, en una coyuntura que incluía el auge de la cultura *troll* alrededor del mundo occidental –como se puede ver en el texto de Phillips (2015)– en conjunto con la propagación masiva de los precursores de los memes de Internet: los *Rage Comics*. Para entonces, los memes eran más conocidos como viñetas, más cercanos al cómic, y páginas web como cuantocabrón en español, o 4chan y Reddit en inglés eran los líderes en la publicación de estos contenidos.



Imagen 2. Viñeta con Rage Comics (haciendo alusión a la nostalgia que produce que casi hayan desaparecido)

Tampoco puede dejarse de lado una inspiración gigantesca para la cultura en la red latinoamericana como lo fue Taringa!, seguramente la primera comunidad (hoy definida por ellos mismos como red social) en la que se publicaban, antes más que ahora, infinidad de contenidos que incluían discusiones sobre temáticas generales o material multimedia a través de posts, en los cuales los usuarios agradecían lo compartido por los demás miembros dejándoles puntos a los colaboradores. De Taringa!, surgieron los famosos «papulinces» y

el lenguaje «tarinquero»[17], un argot derivado de las mismas dinámicas de la comunidad y con fuerte influencia del español argentino (de donde es originario este sitio), y cuyo propósito central era comunicarse pero con un uso excesivo de epítetos como «papu», «lince», «maquinola», «rufián», etc.



Daniel Ivan Escobar Hace 11 meses
Buen "truleo" tucan mistico de las montañas del popocatepetl, de verdad, nunca habia visto tan buen vidio +10 y a favoritos, compartido en SDLG, mentira cap, -10 en mis multicuentas y mandado al FBI Despidete de tu cuenta maquinola Bv

Imagen 3. Ejemplo de lenguaje tarinquero (Lauti188, 2016).

Pues bien, a la cultura *troll*, los *Rage Comics* y la atmósfera predominante de Taringa en la región se le sumó el crecimiento de las comunidades en Facebook sobre cualquier tipo de contenido (en gran parte sobre videojuegos) y la viralidad de un personaje: el Gordo Friki. El Gordo Friki está inspirado en *Butthurt Dweller* o Gordo Granudo, un meme de Internet (del tipo de imagen macro) (Shifman, 2014a) que simboliza a los individuos con gustos frikis[18] que pasan gran parte de su tiempo haciendo uso del computador.

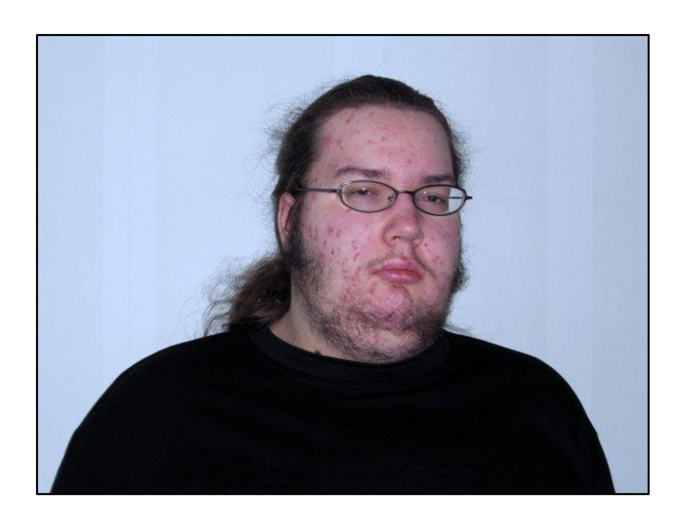


Imagen 4. Imagen de referencia para los memes de Butthurt Dweller o el Gordo Granudo (Know Your Meme, 2010)

[17] No se encontró contenido formal o académico al respecto de esta peculiar forma de comunicarse. Sin embargo, desde lo vernacular hay muchas páginas en Internet que intentan describir desde sus conocimientos esta forma particular de habla, como por ejemplo el análisis realizado por el usuario InfernoScorpion en Taringa! (2014).

[18] Para Cristina Martínez García (autora del libro *Dentro del laberinto friki*), un friki es una persona que «presenta un interés profundo y un conocimiento extenso por uno o varios temas minoritarios o subculturales y que deja traslucir su interés por esos temas a través de su comportamiento, su forma de hablar y/o su imagen externa» (Rodellar, 2017).

Para 2010, Mr. Graso había creado su página de Gordo Friki derivada del meme, en la que publicaba sus gustos particulares acerca de la cultura friki y los videojuegos, mientras iba conformando una comunidad afín a estos contenidos. Luego, en sus propias palabras:

> Como fue teniendo éxito por los memes *gamer* y en 2013 creé un grupo para interactuar con la gente el cual se llamaba Seguidores de la Grasa y luego pasó a ser SDLG que sería la versión abreviada (Mr. Graso, comunicación personal, 2019, 13 de julio de 2019).

Al respecto, otro usuario de la Grasa, quien se hace llamar Guerocs (de México), describe cómo fue su ingreso a la comunidad y cómo recuerda su surgimiento:

> Como en ese entonces había un Facebook joven comencé a ver páginas dentro de la misma plataforma. Entre ellas había muchas páginas que hacían referencia al Gordo Friky, el verdadero Gordo Friky, el meme, no la persona que conocemos ahora como Mr. Graso (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

La popularidad del meme siguió creciendo pero precisamente fue Gerardo Valdéz (que después construiría su propio personaje llamado Mr. Graso) quien quiso darle un punto de partida a la construcción de una comunidad que tuviera como filosofía esa cultura que tanto simbolizaba esa imagen del Gordo Friki, por lo que surgió Seguidores de la Grasa en 2013. Guerocs explica cómo empezó a conformarse ese grupo de personas:

> Después de unos meses, tal vez un año o dos, una de esas páginas de Facebook abrió un grupo llamado "Seguidores de la Grasa" que en ese entonces hacía referencia a que el grupo estaría lleno de seguidores del meme conocido como Gordo Friky, y obviamente el grupo estaría lleno de frikis, otakus y gamers. Se subían viñetas como en la página de cuantocabron y de igual manera se comenzaron a subir la nueva generación de memes que daría el primer paso a los memes actuales que es solo una imagen con texto y sin historia. Esos memes serían los de Red y Green Duck, el meme del men del Señor de los Anillos que decía "uno no simplemente" o "no simplemente", el meme de Bad Luck Brian, entre otros (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

Con el pasar del tiempo, las prácticas de trolleo pero especialmente la publicación de contenido memético fue tomando mayor protagonismo, al punto de convertirse la cultura participativa en el centro de crecimiento de la cultura grasosa. Sin embargo, no fue la única

comunidad que surgió con estos propósitos. Para los años siguientes, otros grupos surgieron con intenciones similares y con un humor que para algunos de ellos suele llamarse «polémico», pero que en el fondo es realmente humor negro con fuertes influencias troll. Esto dio pie a que hubiera disputas entre grupos, especialmente por la autoría de sus memes, lo que llevó a una serie de guerras y rivalidades:

> Desde que SDLG se dio cuenta de lo que ocurría con sus memes comenzaron a tener peleas contra páginas y grupos, lo cual hizo que SDLG tuviera fama y éxito en llegar a más gente y ser cada vez una comunidad más grande. Pero ese mismo éxito es el mismo que hundiría al grupo a lo que es ahora, que se llenó de niño rata, gente tóxica, personas que se consideraban autistas y demás (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

Adicional a los ataques entre grupos, SDLG también realizaba actividades de trolleo particulares con el único propósito de hacerse visibles y, quizá en algunos casos, a modo de protesta social. Dentro de la comunidad, aunque hay muchos mitos sobre estas hazañas, se destaca especialmente aquella en la que se atacó la página de Barack Obama con solo comentarios con la letra «Ñ» o una en la que se hacían comentarios de burla dentro de la página del FBI. En el fondo, no pasaban de bromas muy pesadas, aunque con la masificación del grupo siempre estuvo la posibilidad de que hubiera individuos que se tomaran muy a pecho estas actividades.

Retomando lo dicho por Guerocs, la extinción de diversas comunidades rivales (de esto se hablará más adelante) a manos de los ataques de SDLG trajo consigo un incremento exponencial en usuarios de la comunidad que no querían quedarse sin memes o contenido friki. Fue así como el grupo empezó a ser heterogéneo (se empezaron a crear extensiones sobre diferentes temáticas) al igual que sus contenidos y sus formas de asumir la filosofía del grupo, lo que trajo consigo también una serie de consecuencias negativas. La inclusión de contenido prohibido como pornografía infantil, gore, matoneo a personas con defectos físicos, entre otros, llevó a que esta comunidad y muchas otras estuvieran en la mira del mismo Facebook, al punto de que su forma de existir empezó a estar determinada directamente con los constantes cierres del grupo y su posterior reapertura.



Imagen 5. Ataque a la página de Barack Obama por parte de SDLG

La heterogeneidad se constituyó en un factor por parte de los administradores quienes, con el propósito de mantener vigente la comunidad, comenzaron a construir espacios de esparcimiento entre los miembros, ya no solo en la virtualidad, sino incluso en contextos cara a cara. Es así como en distintas regiones se han realizado encuentros grasosos donde asisten los usuarios a conocerse y realizar diversas actividades o se han abierto nuevos canales de comunicación en otras plataformas digitales (muchas han fracasado, como Twitter o Instagram, pero en Discord han funcionado relativamente bien).

Algo interesante dentro del grupo es que no es una sola página, ya que la constitución de extensiones del grupo, cada una enfocada a intereses distintos, enriquece la permanencia dentro del mismo, ya que aquellos interesados en ciertos temas tienden a buscar personas más afines en este sentido. En la Tabla 5 se muestran las extensiones (es decir, subgrupos especializados en ciertos temas) que todavía existen y en las que los usuarios comparten e interactúan no solo con memes de Internet, sino también con temáticas un poco más serias.

Tabla 2. Extensiones de la grasa

Nombre de la extensión	Miembros (28/08/2019)*	Propósito de la extensión
Melómanos D.L.G.	25.161	Discutir sobre música y sus derivados
Taller D.L.G.	6.648	Temas mecánicos, eléctricos, manuales, etc.
Hip Hop D.L.G.	6.432	Interactuar alrededor del género musical Hip Hop
Academia D.L.G.	15.237	Discusión de dudas o interrogantes sobre la educación superior (como tareas o recomendaciones de ingreso a una universidad)
Viajeros D.L.G.	5.876	Para los que gustan de viajar.
Mascotas D.L.G.	10.125	Opiniones acerca de las mascotas.
Historiadores D.L.G.	18.784	Debates sobre eventos históricos. Es una extensión seria con "mame" limitado.
Expedientes secretos G.	58.754	Compartir información relacionada con lo paranormal, conspiración, magia, etc.
Emprendedores D.L.G.	7.983	Grupo para discutir sobre temas relacionados al ámbito del emprendimiento, así como de administración y manejo de negocios
Literatos D.L.G.	17.758	Discusiones literarias, con el añadido de que hay enlaces a "bibliotecas grasosas", con textos que pueden aportar al conocimiento de sus usuarios.
Pokémon D.L.G.	14.436	Extensión dedicada a todo lo relacionado con el videojuego Pokémon y sus productos relacionados.
DOTA D.L.G.	2.956	Extensión dedicada al videojuego DOTA.
WWE D.L.G.	6.999	Extensión dedicada a la lucha libre.
GrasaTube.	12.645	Recomendaciones y opiniones sobre contenido de YouTube.
Artistas D.L.G.	12.415	Extensión para hablar sobre arte en todas sus manifestaciones.
Fútbol D.L.G.	9.623	Grupo dedicado al fútbol.
Cocineros D.L.G.	17.068	Para los aficionados a temas culinarios.
Comercio D.L.G.	5.166	Extensión especializada en compra y venta de productos o servicios.
Med. D.L.G.	28.503	Para los interesados en temas de salud.
AWS D.L.G.	34.858	En este se almacenan publicaciones polémicas que pueden darse en el grupo principal.
LOL. D.L.G.	10.893	Extensión dedicada al videojuego League of Legends.
* Para la fecha de revisión, grupos como Anime D.L.G. (53.892), Gamers D.L.G. (49.786), Tecnólogos D.L.G. (39.123), entre otros, estaban caídos de Facebook.		

Lo que se demuestra más adelante es que la comunidad tuvo que reinventarse continuamente para garantizar su supervivencia en la plataforma de Facebook, creando así reglas internas y un control más estricto en el ingreso de nuevos miembros. Esto llevó a que la filosofía de unión dentro del grupo se fortaleciera de modo tal que me atrevo a asegurar que es ello lo que ha mantenido vigente al grupo. Para ingresar a la comunidad, por ejemplo (al menos desde 2016, tiempo en el que pude entrar a SDLG), se debían responder una serie

de preguntas sobre la comunidad y cumplir con ciertos requisitos que incluían tener una foto de perfil real en Facebook. En palabras de Mr. Graso, por ejemplo, lo que identifica a SDLG es:

> Los momos, el humor algo diferente y la formación de un sentimiento de unión con los demás miembros (Mr. Graso, comunicación personal, 2019, 13 de julio de 2019).

Aunque SDLG ha cambiado mucho entre su época dorada y lo que es ahora, lo cierto es que SDLG llegó a ser tan grande que su grupo principal superaba los 500.000 miembros oriundos de todas partes de América Latina y que compartían una cierta forma de identificarse dentro de los contenidos publicados en la comunidad. El auge de Seguidores de la Grasa estuvo entre 2014 y 2016 (en palabras de Guerocs) y, si bien todavía es un referente para muchos adolescentes, ha dejado de ser la comunidad más importante de memes de Internet en América Latina, sin que ello desconozca su importante aporte y legado a las dinámicas de las culturas que ahora se conocen como «memeras».



Momo 2. Cantidad de miembros de SDLG (08.10.2017)

Quizá haga falta recordar más detalles acerca de la historia de SDLG, pero frente a ello hay que dejar algo muy claro: los registros de la comunidad se pierden una y otra vez por cuenta de la caída del grupo principal y es casi que la tradición oral –irónicamente, expresada de forma escrita o en memes– la que mantiene viva la memoria del grupo. Cada vez que la página cae (perdí la cuenta desde 2016 cuando ingresé a ella, así que no me imagino cuántas

veces ha caído desde antes de esa fecha) se debe volver a construir comunidad y a recordar el contenido. Esto ha hecho que muchos usuarios se vayan perdiendo, pero que se queden otros tantos que guardan especial afecto y afinidad con la cultura de la comunidad. Lo que considero importante ahora es resaltar que con la historia narrada desde mi perspectiva puedo empezar a hablar de sus dinámicas culturales y formas de comunicación, hasta llegar a lo que desde el inicio consideré como su manifestación más importante: el momo.

4.2. Lenguaje y comunicación de la grasa

Para describir la identidad en la red de una comunidad es fundamental comprender su uso e intercambio de textos, imágenes o discursos multimodales entre usuarios (Yus, 2011, p. 36), pues al fin y al cabo son estas las manifestaciones más evidentes de su cultura. Al acercarme por primera vez a SDLG, noté que sus memes, llamados por ellos como *momos*, predominaban en el muro del grupo de Facebook. No obstante, las interacciones, si bien en ocasiones se daban a través de los mismos momos, los mensajes que escribían tenían algo en común: una manifestación lingüística particular que combinaba la mala ortografía con expresiones en inglés y variaciones en la forma de las palabras.

Para entender la identidad de los miembros del grupo y de la comunidad misma, tuve que darme a la tarea entonces de comprender estos momos, entendidos como unidades de difusión imitable sobre la base de su forma, contenido y postura o propósito (Shifman, 2014a). Esto habría resultado imposible si no me hubiera adentrado también en comprender, al menos de forma superficial, su manifestación lingüística, cuya denominación puede ser sometida a debate pero que decidí denominar «lenguaje autista» acudiendo a la definición vernacular de esta cibercultura a la cual pertenecen/no pertenecen los grasosos (a los autistas en la red les dedicaré un espacio en **§4.3.1.2.**)

4.2.1. Los momos

Cada vez que entraba a SDLG, lo primero que esperaba yo, al igual que la comunidad, era tener «la grasa en su inicio», es decir, poder ver momos grasosos apenas se abriera Facebook. Pero, ¿qué es un momo y por qué es tan importante para los grasosos? Para empezar, quisiera recordar el hecho de que definir este concepto y otros no resultó fácil desde la misma visión de los miembros, puesto que, como he mencionado, todos lo ven desde su perspectiva. Me enfocaré en describir sus elementos (forma), luego acudiré a mostrar las plantillas (forma-contenido) y referencias más comunes (contenido), para luego llegar a comprender su propósito en la comunidad (postura).

4.2.1.1. Los elementos del momo (la forma)

Guerocs, un grasoso nostálgico, definió momo a su manera:

> Los memes eran personajes que se usaban en las viñetas de ese entonces, pero pues realmente son memes pero ellos les dicen momos porque sí (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

En su definición no hay una clara distinción, pero sí hay algo particular: habla de un «ellos», como si él no reconociera esa palabra como propia. Yo asumo que lo describe de esa manera por su autorreconocimiento como grasoso nostálgico, que ve los memes verdaderos como los clásicos, y quizá por eso procura no ser parte del grasoso promedio. Frente a esto, por ejemplo, Daniel provee más detalles:

> Dejaron memes para los clásicos como Forever Alone, o sea los momos son los que tienen plantilla. [...] Una imagen que alguien hace con el fin de entretener a otras personas (Daniel, comunicación personal, 12 de mayo de 2018).

Daniel, en cambio, comentó en su experiencia que dejó de pertenecer a la grasa por asuntos de madurez: para él hacer parte de la grasa es una etapa que se supera y por ello no se siente ya miembro de la comunidad. Por otro lado, Holsen, un grasoso que también ya siente

haber superado su etapa más intensa en la comunidad, sí define la noción de momo con algo más de sentido de pertenencia:

> Momo es más relacionado al humor de la grasa y grupos así. Memes pues a memes así normales jajajajaa [sic], esos que hacen reír a únicas y detergentes[19] (Holsen, comunicación personal, 7 de agosto de 2019).

Con la definición de Holsen se deja en claro que el momo es algo «nuestro», es decir, un contenido que caracteriza a la comunidad a la que él pertenece, mientras que la palabra «meme» se deja por fuera, para aquel contenido que puede ser, por un lado, aquellos ítems del pasado (como los Rage Comics o los clásicos) o, por otro lado, las imágenes difundidas de forma más masiva, asociado más hacia un ellos, los «normies».

Fabio, en cambio, plantea varios tipos de momos según la situación y contenido:

> Hay varios tipos [de momos]: El repoio: son momos que ya se subieron, pero con retoques o cambio de la marca de agua. Los normies: son los momos que parecen sacados de cualquier página basura con chistes de pedos o cualquier estupidez. Los de humor negro: son los que más les gustan a los grasosos y son aquellos que hablan de cosas como enfermedades, masacres, etc. Los wenos momos: los que son hechos con plantillas buenas y dan risa sin recurrir al morbo ni otra cosa. Los bad momos: aquellos que usan mal las plantillas y no dan nada de risa (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

En términos de los pocos autores que han caracterizado este fenómeno, Ojeda Copa (2017) define los momos como un *remix* de formatos internacionales y contenidos locales identificados con marcas de agua y cuyo contenido es principalmente satírico. Como se verá más adelante, este *remix* es una construcción vernacular con alta influencia, por supuesto, de contenidos de la industria cultural internacional, pero combinada con vivencias y maneras de pensar de la localidad.

---

[19] Las únicas y detergentes son un tipo de adolescentes mujeres criticadas fuertemente por los grasosos por expresar siempre en redes sociales sus gustos particulares que las hacen ver como personas «únicas y diferentes» (profundizaré sobre estas personas en **§4.4.3.**)

Volviendo a las definiciones de los propios miembros, son curiosas aquellas en las que se distinguen los de «humor negro», los «wenos momos» o los «bad momos». Hablar de ellos así sería pensar más en el criterio de qué tan graciosos o no pueden llegar a ser. Obviaré por ahora las últimas dos definiciones porque parecieran más valoraciones en términos de calidad, por lo que me concentraré en definir el momo como un todo que pueda incluir lo que Fabio menciona (ya sea bueno o malo). Para ello, retomo este **Momo 1** que distingue entre «meme», «momo» y «momo no autista»:



Momo 3. Aprendiendo con la grasa (momos) (02.14.2019)

De acuerdo con esta imagen (que denomino momo aunque no cumpla con la forma más representativa que presentaré más adelante), la unidad de difusión que más se ajusta a las manifestaciones en SDLG es la segunda: una «plantilla con un suceso burdo y gracioso». Pero vamos por partes: en primer lugar, el meme, imagen que relata un suceso gracioso, parece relacionarse con chistes flojos, de gente adulta, como aquellos que enviarían los padres o aquellos de vieja escuela. En palabras de Shifman (2014a), por ejemplo, serían imágenes macro. Por otro lado, los momos no autistas (el tercero), según esta imagen, estarían relacionados con asuntos más banales, frases «sin sentido» que no producen mucha gracia sino para gente que se cree única y diferente, es decir, una copia del momo real, que sería el momo autista.

Ahora bien, de acuerdo con la manera en la que se describe el segundo momo, hay al menos cuatro aspectos que me gustaría resaltar: el propósito, la plantilla, el suceso enmarcado en un latiguillo[20] y la marca de agua. En primer lugar, el propósito parece quedar claro (tanto en las entrevistas como en la imagen anterior): lo que buscan es producir risa, pero con un humor diferente al cotidiano, es decir, su gusto va hacia lo burdo, lo desagradable, algo de lo que no deberíamos reírnos: el humor negro.

En segundo lugar la plantilla, ya mencionada antes, constituye un elemento fundamental del momo (en el caso del ejemplo, es una escena de Pokémon en la que Charmander parece estar vomitando), suelen ser imágenes de la cultura popular mediática dentro de las cuales se pueda visualizar una escena fácilmente anclada con una *catchphrase*, una metáfora representativa o, en su defecto (como en esta imagen), un gesto peculiar o extravagante (de una caricatura) generalmente. Luego de ello está el *caption* o un mensaje inicial que sitúa al lector del momo en un contexto particular y peculiar.

Por lo general, la estructura subyacente del momo es el When… But, es decir, se plantea una situación (un cuándo) y luego una situación opuesta (pero) favorable o desfavorable, que se conecta con una referencia conocida por la comunidad en donde se publica el momo (dicha referencia puede ser la misma imagen de la plantilla, si es generalmente un gesto). De esta manera, el *When* es el *caption* inicial, el *But* es una situación favorable o desfavorable derivada de lo anterior y la *catchphrase* es una referencia compartida, asociando así una situación peculiar con una situación conocida.

Finalmente, está un elemento primordial que identifica un momo que es la marca de agua, un icono que permite al lector saber desde qué comunidad se produjo el momo. Históricamente, esto se empezó a utilizar para evitar el robo de momos entre comunidades autistas; sin embargo, estas marcas de agua se convirtieron también en símbolos identitarios de la comunidad, ya que a través de ellos se pueden mostrar algunos rasgos propios de los

[20] En español se les llama «latiguillos», unidades fraseológicas reconocidas fácilmente por su continua repetición en un contexto específico.

mismos miembros. En tiempos en los que había una fuerte disputa entre estos grupos, la marca de agua se convirtió en un factor determinante a la hora de evaluar un wen momo.



Momo 4. Partes de un momo tradicional «When... But...» (01.09.2019)
(la delimitación de componentes es realizada por mí)

Para ser más detallado, en el **Momo 4** se evidencian siete partes que componen un momo autista tradicional de estructura «When… But» de la comunidad: (1) una situación cotidiana *(When)*[21], (2) una situación favorable o desfavorable derivada de la anterior *(But)*, (3) el emoji de Pacman (es opcional, en este caso representa sarcasmo), (4) una plantilla basada en algún producto derivado de la industria cultural mediática (cuyo referente es conocido y compartido por la comunidad), (5) una marca de agua de la comunidad SDLG (son diversas y creativas), (6) la *catchphrase* propia de la escena de la plantilla (que generalmente es la unidad memética) o una representación gestual de la imagen, y (7) risas contextuales (opcionales, como el Pacman, estos elementos pueden ir en cualquier parte del texto)[22].

[21] Gfe: deformación de jefe, palabra del español mexicano que hace referencia al padre.
[22] XD, xd, xD, Xd o su uso repetido (como en este caso - XDXDXDXD) es un emoticón muy carácterístico del ciberlenguaje en español, el cual representar una carcajada.

En este ejemplo se muestran los elementos más esenciales; sin embargo, en construcciones más creativas se pueden implementar referencias de otros momos, iconos, marcas de agua diversas, una organización diferente del *When* y el *But*, entre otras.

Para ir cerrando en torno a lo que es un momo, lo primero que hay que tener en cuenta es que debe ser una definición lo más abierta posible, porque, como sucede con la definición de meme de Internet, al menos su forma muta constantemente. Se podría entonces dar una definición amplia y otra más concreta, centrado en el momo más representativo y que por antonomasia es el más fácil de identificar, el que tiene como estructura el «When… But…». De esta forma, **una definición amplia de momo autista** podría estar basada en las declaraciones dadas por los miembros, en las que el objetivo comunicacional, un suceso burdo y gracioso, es el centro de su elaboración en combinación con una plantilla, comprendida y aceptada por la comunidad, y cuyo potencial de humor pueda aplicarse a múltiples situaciones.

Por otro lado, un **momo autista más tradicional** del tipo «When… But» podría definirse (combinando definiciones teóricas, con definiciones vernaculares e incluyendo mi propio aporte) como una unidad comunicativa digital (en su mayoría una imagen) realizada por una comunidad autista, con el fin de producir gracia generalmente desde el humor negro. Sus rasgos fundamentales son una marca de agua (o logotipo que identifique a una comunidad, en este caso SDLG), una plantilla (basada en la cultura popular mediática, generalmente películas o caricaturas), una situación cotidiana o extravagante (un *When*), una situación favorable o desfavorable (un *But*) y un cierre memético para el cual se asume una reacción basada en un conocimiento compartido (*catchphrase* o gesto memético).

Dadas estas dos definiciones, lo que sí es claro es que la forma en muchos casos –mientras se sepa que el momo proviene de SDLG y cumpla con el objetivo– pasa a un segundo plano y el propósito esencial es el hacer que la gente ría y de esta manera impulsar la plantilla utilizada para sobreexplotarla (volverla viral) o ganar muchos naiks (likes). Para lograr estos propósitos, las situaciones presentadas allí son claves para comprender la identidad de la comunidad, por lo que a continuación pretendo agrupar las referencias principales

empleadas para las plantillas de los momos más los contenidos de las situaciones cotidianas que suelen describirse en los mismos.

4.2.1.2. Referencias de plantillas (forma-contenido)

Las plantillas de los momos autistas de SDLG, como mencioné arriba, difícilmente pueden catalogarse en un conjunto limitado. Mientras exista la comunidad y sus miembros, ellos seguirán buscando escenas y situaciones que ayuden a reflejar las situaciones de vida cotidianas. Al ser una comunidad panhispánica, los referentes que identifican a los grasosos con estos eventos conectan con algo en común, y son los productos de la industria audiovisual los que marcan la pauta. De esta forma, si bien los dibujos animados constituyen gran parte de los referentes, las películas ocupan un lugar importante y del mismo modo algunos productos surgidos de YouTube. En la **Tabla 6**, se presenta un compendio de referentes de donde surgen la mayor cantidad de plantillas para la realización de momos autistas en la comunidad.

Tabla 3. Algunos referentes de las plantillas para momos autistas

Películas	Caricaturas	Iconos clave**	Otros	Series	Youtubers	Videojuegos
Spider Man	Bob Esponja	Lágrimas	McDonalds	Malcolm en el medio	Luisito Comunica	Grand Theft Auto
Toy Story	Naruto	Ganso	Chuck Norris	Drake y Josh	AuronPlay	Mortal Kombat
La era del hielo	Los Simpson	Gorro infantil con hélices	Imágenes random	El precio de la historia	Dross	Minecraft
Avengers (Thanos especialmente)	Ben 10	Peluca de Naruto	Figuras porno (p.e. El niño polla)	El Negas (YouTube)		
Volver al futuro	Padrinos mágicos	Peluca de Harley Quinn	Bancos de imágenes	Otras (especialmente YouTube)		
Suicide Squad	Jimmy Neutron	Casco de las Cruzadas	Cultura popular de Internet (Ricardo Milos, Payaso Leito…)			
Monsters Inc.	Pokémon					
Scooby Doo	Looney Tunes					
Cars	Tom y Jerry					
Otras de humor (tipo Adam Sandler, hermanos Wayans…)	Dragon Ball					
Shrek	Disney (Mickey Mouse, Donald, Goofy…)	* Aunque hay momos de este referente, por algunas razones para ciertos miembros de la comunidad la serie no es bien acogida, quizá por pretender ser intelectual.				

Megamente	Rick y Morty*	
Harry Potter	Gravity Falls	** Los iconos clave se incrustan dentro de la plantilla para aclarar alguna emoción o para hacer alusión a cierto tipo de personas. Los presentes son solo los más populares.
Ratatouille		

Gran parte de los referentes se relacionan directamente con películas provenientes de la industria cultural estadounidense que son tendencia en su momento (como el **Momo 5**, cuando la película de Avengers estuvo en cartelera). Lo que me llama la atención es que los recursos más compartidos entre la comunidad latinoamericana de SDLG no sean ni siquiera propios de una identidad de habla hispana (El Chavo del 8, quizá…), sino que más bien la gran cantidad de referentes son provenientes de productoras de cine grandes (como Disney) y canales animados de televisión de renombre (como Nickelodeon). Lo que sí hace más relevantes estos datos es el hecho de cómo esta comunidad (y otras autistas) reapropia estos recursos para construir los propios, basados en eventos relevantes o importantes de estos contenidos que permitan contribuir al ambiente cognitivo virtual (Yus, 2011) de la comunidad.



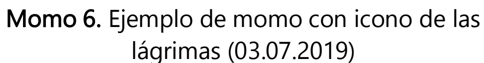
Momo 5. Ejemplo de momo de Thanos (con situación de incesto con el tío) (08.20.2018)

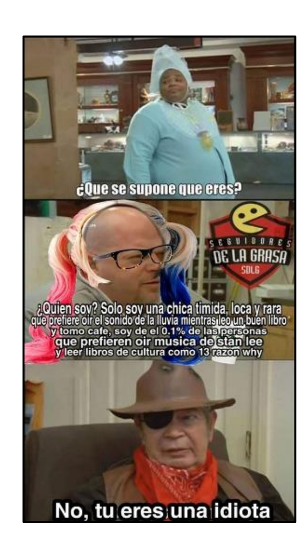
Por otro lado, otro elemento interesante dentro de los momos es el empleo de lo que denomino iconos clave, es decir, elementos identitarios de cierto grupo social o emoción. Así, los que hallé con mayor asiduidad fueron las lágrimas (dibujadas con lápiz azul), un ganso (que hace alusión al pene), un gorro infantil con hélices (para identificar al personaje

como un niño, en muchos casos para referirse a eventos de la infancia), la peluca de Naruto (para identificar a un otaku[23]), la peluca de Harley Quinn (para identificar a una unikk y detergente[24]) o un casco de los caballeros templarios de las Cruzadas (para responderle a un marrano[25] asumiendo el rol de un individuo cristiano). Algunos ejemplos sobre este tipo de iconos se presentan en los **Momos 6-11**.

Lo que concluyo de las plantillas es que hay una fuerte influencia de los medios de comunicación en la conformación de los contenidos de la comunidad. Esto es muy coherente con lo planteado por Muñoz González (2011) sobre las ciberculturas, las cuales, en últimas, encuentran sus referentes para crear sus ambientes cognitivos virtuales nutriéndose de aquello que pueden compartir desde la distancia: lo que conecta a América Latina son las reapropiaciones de productos culturales ajenos a ellos en muchos casos, por lo que inevitablemente la influencia de la cultura estadounidense termina permeando no solo en las formas de pensar sino también en las maneras de comunicarse. Como se verá más adelante, el lenguaje autista y las identidades que surgen en SDLG tienen una fuerte influencia de comunidades anglosajonas tanto en la Internet como en la televisión y el cine.




Momo 6. Ejemplo de momo con icono de las lágrimas (03.07.2019)



Momo 7. Ejemplo de uso de peluca de Harley Quinn (para identificar a las unikks) (04.20.2019)

[23] Persona que gusta del anime y la cultura japonesa.
[24] Mujeres que se creen únicas y diferentes.
[25] Marrano en cambio hace referencia a individuos con gustos sexuales prohibidos, como la pornografía infantil.



Momo 8. Ejemplo de momo con icono de gorro infantil (02.14.2019)



Momo 9. Ejemplo de momo con peluca de Naruto (para identificar a Otakus) (02.26.2019)



Momo 10. Momo con icono del ganso para referirse al pene (03.18.2019)



Momo 11. Ejemplo de icono de casco medieval para referirse a los marranos (04.16.2019)

4.2.1.3. Situaciones comunes (contenido)

Gracias a las situaciones comunes más evidenciadas en los momos que hicieron parte del corpus de la investigación (cerca de 150), pude estructurar las diversas categorías que derivaron en la construcción de estos resultados, los cuales están enfocados en mostrar algunos elementos que, como un rompecabezas, van armando las identidades en SDLG. Estas categorías, que abordaré más adelante en **§4.3.** y **§4.4.**, se encuentran en la **Tabla 7**.

Tabla 4. Categorías sobre las cuales gira el contenido de los momos

Dinámica del grupo	Vida cotidiana	Nosotros	Ellos
Caídas del grupo	Relaciones afectivas	Las mujeres (y la misoginia)	Únicas y detergentes
Reconocimiento de la diversidad	La escuela	Unión	Otakus
Historia del grupo	Sexualidad (sexo, masturbación, pornografía, incesto, homosexualidad...)	Anécdotas del pasado	Cristianos
Mames y eventos (limpieza de grupo, septiembre sin fap, memes virales como el Ayuwoki, ataques a comunidades...)	La mascota	Autorreconocimiento (autismo, Pacman, lenguaje autista, uso de emojis...)	Marranos
Administradores	Videojuegos	Burla a países	Fútbol (drogadictos) y otros aficionados
Publicación y horneo de momos	Respeto hacia la madre	Intelectualismo	Normies
Política de baneo	Noticias de actualidad	Nostalgia	Otros grupos autistas
	Vida en familia (incesto, violencia intrafamiliar...)		
	Cultura mediática		
	Pubertad (desarrollo físico, conseguir empleo...)		

Ojeda Copa (2017), quien se aproximó a estas comunidades, describió brevemente los contenidos, tratados en las comunidades como «situaciones graciosas y polémicas relacionadas con las experiencias juveniles: el noviazgo, el sexo, la escuela, las series de televisión, etc.» (p. 189) lo cual puede servir de complemento a la tabla que surgió de la observación etnográfica propia: En la tabla se presenta una gran cantidad de contenidos dentro de los cuales se pueden resaltar claramente temas alusivos a la cotidianidad (tanto dentro de la red como por fuera de ella), a la forma en la que ellos mismos ven a los demás y a sí mismos, al igual que una expresión, si se quiere lúdica, de la vida dentro de la misma comunidad. En especial, me llamó particularmente la atención la vida cotidiana y la tensión a veces difusa del nosotros y el ellos. Si bien este apartado es tan solo un espacio introductorio para lo que sigue más adelante, vale la pena recordarle al lector la importancia de estas categorías para entender las identidades en SDLG.

4.2.1.4. El propósito

En esta sección me enfrento a dos asuntos: confiar en la definición vernacular exclusivamente o nutrir estas definiciones con mis propias observaciones. Lo segundo supondría que hay afirmaciones sobre las cuales me fue difícil probar mis hipótesis al ingresar a la comunidad, pero considero que ello llevará a la reflexión acerca de lo mucho que pueden comunicar los momos y los miembros de la comunidad. Empezaré con una definición «oficial», la que da Mr. Graso sobre los propósitos de los momos y la comunidad:

> Pues todo nace siempre a partir de la diversión la cual es necesaria en la vida de la gente [...]. No tiene propósito, es solo divertirse pero sin pasarse de la raya o perjudicar a alguien (Mr. Graso, comunicación personal, 2019, 13 de julio de 2019).

Para Mr. Graso, el fundador de SDLG, la diversión es la clave: el grupo surgió con el propósito de pasar un buen rato y los momos son una manifestación de ello. Además, añade que no es que haya un propósito pensado de forma consciente, simplemente es mantener un ambiente entretenido entre los miembros pero «sin pasarse de la raya o perjudicar a alguien». Está claro –y además es comprensible– que la respuesta sea diplomática si pensamos en lo difícil que ha sido mantener viva la comunidad frente a la cantidad de caídas del grupo en Facebook por cuenta de sus contenidos que tendían a violar las normas de la red social. Por fortuna, la pregunta se trasladó también a los demás miembros con quienes tuve la oportunidad de conversar. Daniel, por ejemplo, menciona:

> Algunos [momos] son de pura gracia, otros eran inclusive de protesta hacia algo... Hacia Trivago por tanta publicidad... (Daniel, comunicación personal, 12 de mayo de 2018).

Para Daniel, puede haber dos propósitos en los momos: la gracia (la diversión) o la protesta. Personalmente, yo asociaría la protesta dentro de la misma diversión, porque en el fondo la forma de protesta frente a la realidad (como me fui dando cuenta durante la investigación) en SDLG es el humorismo a través del humor negro, aquel que produce resquemor y rechazo de la gente «normal», de la gente que no reflexiona sobre ciertos aspectos de la vida cotidiana. Sin embargo, también hay momos serios en la comunidad, aunque estos tienen que ver con otros asuntos, como el respeto hacia la madre o como recurso de unión frente

al rechazo sentimental. Esto demuestra que los memes de internet pueden emplearse más allá del humor, tal y como Gal (2016) sustenta, al relacionarlos con la identidad LGBTQ.

En suma, dentro de lo que hablan los grasosos sobre su vida cotidiana, hay dos propósitos últimos en su comunicación a través de momos: el humor (en el que se incluye la diversión y la protesta) y el respeto ante adversidades emocionales. En primer lugar, el humor es, como mencionaron Mr. Graso y Daniel, lo principal de la comunidad. No obstante, esta manifestación es muy variada porque, si incluimos las diferentes teorías del humor –basados en (Camacho, 2005)– para explicar de qué se ríe un grasoso, sería una combinación entre la burla hacia la desgracia ajena al igual que para diferenciarse de los demás (superioridad), las incoherencias de las relaciones dentro del momo (un género particular llamado *shitposting* se enfoca en este humor incongruente), la diversión como juego (lúdico) e, incluso, como una compensación frente a las adversidades de la vida (compensación). Lo anterior se complementa con lo que, por ejemplo, Holsen menciona cuando le pregunté: «¿ese momo del tío es real? Es el que más me perturba»:

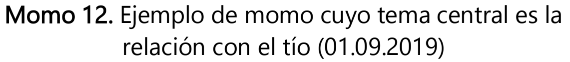
> Ah JAJAJAJAJAJAJAJ Sí, sí es real Jajajajjaajjajaj. O nunca has oído en las noticias, que tíos violan a los sobrinos [...]. Solo que en vez de verlo como una desgracia lo ven como algo gracioso y pues sí, sí causa mucha gracia [sic] (Holsen, comunicación personal, 7 de agosto de 2019).

Su respuesta se encasilla plenamente en la teoría de la compensación: reírse de las desventuras como parte de sobrellevar la vida, tal y como lo planteaban autores como Nietzche (Gallud Jardiel, 2014). Esta cuestión, que me tuvo pensando durante mucho tiempo desde que ingresé a la comunidad para entenderla mejor, tuvo una respuesta más obvia de lo que esperé. En el fondo el humor es una forma de denuncia, es una manera de ver una desgracia de otra manera, quizá no para él, pero sí para personas que lo hayan padecido. Autores como Phillips (2015), documentan esto en comunidades anglosajonas bajo el concepto de *for the lulz*, es decir, burlarse de algo simplemente por diversión. Como se verá más adelante, los grasosos tienen un gran conocimiento sobre la actualidad y están al tanto de las noticias (en general), por lo que este tipo de asuntos son para ellos motivo de humor, casi que de denuncia, frente a lo que nos produce indignación.

En el plano más regional, autores como Pérez-Salazar y Hernández-Rodríguez (2017) en México concluyen algo similar:

> Los grupos autistas [...] tienen el mero propósito de entretener, de divertir, así como de establecer un sentido de pertenencia hacia otros usuarios con los que se comparte no solo un rango de edad, sino también un conjunto de referentes simbólicos que les son significativos, y que como ya hemos señalado, están dados por una amplia variedad de productos culturales, tanto de los medios tradicionales, como de los emergentes (p. 31).




Momo 12. Ejemplo de momo cuyo tema central es la relación con el tío (01.09.2019)



Momo 13. Momo alusivo al evento de septiembre sin fap (08.05.2017)

Como Guerocs mencionó en su momento, los momos son importantes, pero no son lo más. Por ejemplo, dentro de las dinámicas del grupo, el humor y los retos permiten que se hagan actividades como «Septiembre sin fap», un mes entero sin «ahorcar el ganso». Aunque su origen, según Internet, proviene de 4chan (Garay, 2019), a partir de esa dinámica se gestan

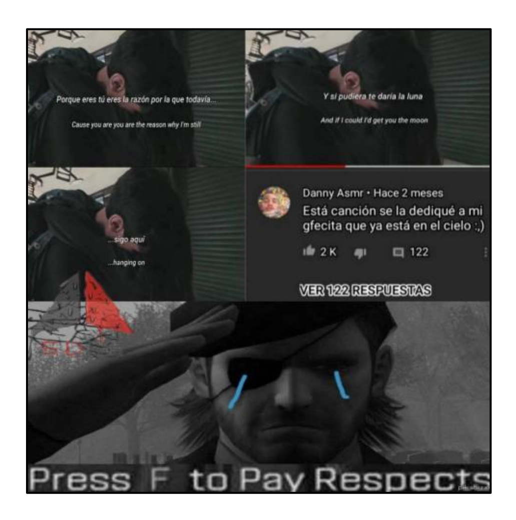
una gran cantidad de momos alusivos al evento, que combinan el humor y la capacidad de los miembros de no masturbarse durante el mes completo. Lo anterior es una evidencia de muchos aspectos de la vida personal que quizá los adultos o las personas alrededor de los grasosos desconocen, la vida sexual es un aspecto fundamental dentro de esta comunidad y es justificado, dada la edad promedio de sus miembros (de 12 a 18 años).

Pero el humor no es el único propósito de los momos. Hubo un aspecto en específico que me llamó mucho la atención y que contradice lo dicho por Fabio:

> [Los momos] No son del todo serios, ellos no son sensibles a eso, es humor negro, pueden reírse de la muerte de una madre (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

Fabio, un grasoso de El Salvador con una personalidad más bien mesurada (a diferencia de Holsen, por ejemplo), plantea que los grasosos no son sensibles a nada. Se podría decir que sí, que es posible que en su gran mayoría la personalidad que pretenden proyectar es una identidad grasosa (aunque esta sea heterogénea, como se verá más adelante) inmune a las sensaciones negativas porque en el fondo es de ellas que al final escapa. Sin embargo, en varios momos publicados dentro del grupo noté un conjunto muy específico de situaciones de la vida cotidiana en la que, en vez de dar risa algo, el hecho podía derivar en «Laura Sad»[26], un concepto ya difundido en la red. En este contexto, los rechazos afectivos o, especialmente, la muerte de un familiar –especialmente la madre– se asumen con una postura de respeto, frente a lo cual se interactúa, por ejemplo, con una «F»[27].

[26] Laura Sad es la hora sad, es decir un momento triste.
[27] «F» es una interacción también difundida en la comunicación en la red por parte de los adolescentes. Tiene su origen en un meme surgido del videojuego Call Of Duty cuya *catchphrase* dicta «Press F to Pay Respects», que en el contexto de juego significaba pulsar la tecla F para rendir tributo a soldados caídos.



Momo 14. Ejemplo de momo con «F» incluido (02.05.2019)

De este tipo de momos no suele haber tantos grasosos buscando reírse, en cambio, en este tipo de situaciones lo que se observa es un sentido de fraternidad y apoyo, una relación que permite encadenarse con lo que dentro de su identidad (ya mencionada por Mr. Graso al principio de este texto) los caracteriza: un sentimiento de unión. Así, lo que afecta a un grasoso tiene el respeto y el apoyo de otro sector de SDLG, porque entienden que son miembros de la misma comunidad y la forma de demostrarlo es expresar su respeto frente a la adversidad. Igualmente, el apoyo a los caídos (cuando un grasoso es rechazado por una «elfa»[28]) o el «grasa no mata grasa» (forma de apoyo y respeto hacia los mismos miembros) son casi que una filosofía tácita que los miembros van aprendiendo conforme pertenecen y se integran en el grupo.

[28] Elfa: mujer.



Momo 15. Ejemplo de momo alusivo al rechazo afectivo (03.07.2018)

Seguramente, los autistas extremos o los grasosos nostálgicos (véase **§4.3.1.4**.) verían este tipo de momos como contenido sin gracia, por fuera de la propia identidad de la grasa. Sin embargo, es innegable, incluso para ellos, que la grasa también es este tipo de contenidos en los que se hace una especie de catarsis frente a las adversidades de la vida cotidiana. Algunos seguramente (como se verá en la **Imagen 6**), preferirán en cambio mostrarse insensibles pese al respeto que presentan con la publicación de un momo sad (triste)..



Imagen 6. Interacción que confronta el respeto con el humor (07.03.2019)

En suma, los momos para SDLG reflejan la forma en la que los grasosos ven y viven su entorno online y offline, dentro del cual hay asuntos que son criticados a través del humor negro con el fin de incomodar al común de las personas frente a sucesos reales para quienes,

en muchos casos, son hechos normales o que simplemente evitan ser observados. Por otro lado, hay situaciones que se tratan de otra manera, con algo más de respeto, como por ejemplo los fracasos afectivos o la muerte de un familiar, pero procurando mantener una faceta hacia el exterior en la que proyecten una especie de inmunidad frente al dolor ocasionado por este tipo de desgracias y dificultades de la vida.

Todo lo anterior los grasosos lo realizan reapropiándose de contenidos compartidos por toda una región latinoamericana, lo que implica que sea la industria cultural masiva, especialmente de la televisión, el cine y la internet, la que se encargue de proveer la mayor cantidad de referencias para comunicar estas temáticas de forma tal que se comprendan dentro de un ambiente cognitivo virtual siguiendo un modelo propio de creación de sentido como lo es el momo, especialmente de estructura «When… But…».

4.2.2. El lenguaje autista

No es posible hablar de comunidades autistas como SDLG sin hacer referencia directa a su forma de expresión lingüística. Generalmente tiende a llamarse «lenguaje» y sus denominaciones son diversas: algunos lo llaman «grasoso» (atribuyéndole exclusivamente el origen a SDLG), otros lo llaman momero (para referirse al código empleado en la construcción de momos) y otros prefieren llamarlo «autista» (acuñándolo directamente a esta cibercultura). A continuación, procuraré hacer precisiones sobre su denominación y sobre su funcionamiento en general. Dado que la presente investigación se ha centrado en los momos, un análisis lingüístico más profundo se requiere para caracterizar de mejor manera esta expresión comunicativa en la red.

Para empezar, aclararé que lo llamaré «lenguaje autista» porque el enfoque de esta investigación se basa en construir los significados desde los mismos sujetos de estudio, es decir, desde cómo todo adquiere sentido en lo vernacular. Sin embargo, para precisar, en términos lingüísticos no es un «lenguaje», sino que es más bien un argot, con la particularidad de que fue creada exclusivamente en un contexto escrito. Por su parte, lo llamo autista porque desde mi observación describe más a toda la cibercultura juvenil autista

(**§4.3.1.2.**) que a una sola como podría ser SDLG, aunque la comunidad haya sido determinante en su surgimiento.

El lenguaje autista no fue una creación espontánea. Como mencioné en la historia de la comunidad SDLG, muchos factores incidieron en su creación. Lo mismo sucede con su lenguaje, el cual es una combinación de la herencia dejada por el lenguaje taringuero («papu lince»), la ya conocida deformación ortografía adrede del ciberlenguaje que Cassany denomina ideofonemática (Cassany, 2012), las influencias dialectales de los diferentes países latinoamericanos (especialmente México), el innegable aporte del inglés tanto como cultura dominante de los productos culturales masivos como ciberculturales –dentro de lo que se incluye el LOL Speak (BoredDude2, 2010)– y los recursos lingüísticos orientados a jugar con las palabras. Al respecto, Pérez-Salazar (2019) estudió rigurosamente el fenómeno de construcción de estas palabras, y concluyó que este repertorio se desarrolla a partir de tres tipos de modificaciones: por «traslape silábico» (también llamado vesre), por «sustitución de idioma» (como el When… But) y por «cercanía temática» (similares en contexto, como link = zelda).

Pese a la caracterización anterior, en esta investigación los resultados se mostrarán desde las características principales detectadas y sus influencias. Para ello, procuraré hablar un poco de cada uno de estos rasgos haciendo la siguiente salvedad: al final de la tesis podrá encontrarse un glosario (**Anexo 2**) con varios términos recogidos en la investigación. De nuevo, no es una lista exhaustiva –porque no es el objetivo de este trabajo– pero es un punto de partida para profundizar sobre este argot de carácter escrito.

4.2.2.1. El lenguaje taringuero

El lenguaje taringuero es quizá la primera variación lingüística de una cibercultura en Latinoamérica. Surgido de Taringa!, se construyó para comentar publicaciones de los usuarios a partir de un uso excesivo de epítetos dependiendo de si era bueno o malo el contenido publicado. Como se presenta en la historia de la comunidad (**§4.1.**), expresiones como «papu», «lince», «elfa», «+10» entre otros, fueron reapropiados –aunque para los

taringueros fueron robados– por las comunidades en Facebook que iban surgiendo a principios de la segunda década de los 2000, dentro de las que SDLG se incluía. Por supuesto, su legado fue amalgamado por las principales comunidades de las que SDLG es pionera y por ello todavía estas expresiones se mantienen en el lenguaje autista.

4.2.2.2. La mala ortografía

Por su parte, la falta de una ortografía correcta en el uso del español escrito en la internet es un fenómeno que llamó la atención de los investigadores durante los primeros estadios investigativos en el contexto digital. Autores tienden a denominar «ciberlenguaje» (Vaqueiro, 2012) a aquellas manifestaciones lingüísticas en las que prima la economía por encima de la norma. De esta manera, expresiones como «q» en vez de que, «x» en vez de «por» son expresiones comunes en varios contextos en los que la escritura oralizada o ideofonemática se convierte en la forma de comunicación más efectiva. Sin embargo, dentro del lenguaje autista hay una particularidad: la mala ortografía se hace a propósito y esto es un hallazgo interesante, ya que representa, como se irá viendo a lo largo de los resultados, una forma de ir en contra frente a lo normal, frente a lo que debería ser. Para los grasosos como Fabio, por ejemplo, es una forma «graciosa» de identificarse:

> [Esa forma de hablar salió] de los momos, a todos les parecía genial tener un lenguaje que los diferenciara, por ejemplo esa mala ortografía ellos creen que es más graciosa (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

La «gracia», la bandera de los autistas, su forma de oponerse a lo tradicional, a lo normal, se evidencia entonces en el uso errado de la ortografía. Como se observó en la sección anterior en la que se describen los momos, es común hallar la mala ortografía en estas unidades comunicativas porque se constituye en un aspecto importante de la comunidad autista (**Imagen 7**). Obviamente, la heterogeneidad de SDLG impide generalizar para decir que todos sus miembros utilicen la mala ortografía con fines identitarios, pero los considerados autistas sí lo tomaron como elemento importante para definirse a sí mismos e, incluso, como arma para colonizar la red:

> Podría decirte que anteriormente era fácil identificarlos [los momos de la grasa] porque hablaban con esa ortografía rara jajajajja y el pacman […]. [La grasa llegó a ser tan grande] por ser originales en sus memes y en su gracia tan particular xD. Viste esas ortografías: «Zy», «Zukistrukis» (Holsen, comunicación personal, 7 de agosto de 2019).

En la misma comunidad, inclusive, están quienes discuten sobre las dos posturas: escribir bien o escribir mal (**Momo 16**). Como se verá más adelante, hay varios tipos de grasosos y la comunidad no es homogénea. Muchos de los miembros tienden a un pensamiento más intelectual sobre la vida, otros al contrario buscan burlarse de todo sin ningún pensamiento crítico al respecto y a algunos más, simplemente, les da lo mismo.

4.2.2.3. Influencias dialectales latinoamericanas

Si hay algo que influencia (pero no determina) la manera en la que se comunican los autistas y por ende los grasosos es la diversidad de países que componen la comunidad. Es innegable que hay países con más influencia que otros, pero ello no le quita el aporte que otras regiones proporcionen a la construcción de un argot escrito compartido por un grupo de individuos ubicados en diferentes países de Latinoamérica.

Dentro de los países que tienen más influencia se encuentra indiscutiblemente México, territorio que ha marcad histórica y culturalmente a los demás países de América Latina gracias a que muchos de los productos de la industria cultural son doblados en el país. Adicionalmente, la cantidad de miembros mexicanos en SDLG y en las comunidades autistas es considerable, por lo que resulta más que justificado el hecho de que muchos grasosos utilicen expresiones como «gfa» (jefa, madre), «shabots» (deformación de «chavos»), «c mamut» (deformación de «se mamó» –expresión mexicana que indica que alguien hizo una locura o algo muy bueno–), «alv» (siglas de «a la verga»), etc.

Muchas de estas expresiones ya son incluso propias de un habla de la internet dentro de otras comunidades. No es extraño escucharlas ya incluso en la expresión oral, por lo que la incidencia del español mexicano, pasando por comunidades como las autistas, han nutrido las manifestaciones del español de los adolescentes en toda Latinoamérica.



Imagen 7. Interacción a un wen momo (12.08.2017)



Momo 16. Ejemplo de momo sobre escribir bien o mal (02.05.2019)

4.2.2.4. Influencias del inglés y del japonés

El inglés y el japonés son las lenguas diferentes al español que más influencian el lenguaje autista. En general, lo que se hace con las palabras tomadas de estas lenguas es atracciones paronímicas, apropiación de siglas o una españolización de estas. Ejemplos como «washar» (watch), repoio (repost), skul (school), AW (Attention Whore), Laura Sad (la hora sad) son casos de lo anterior. Para palabras japonesas, shidori sería un caso (para manifestar chido) o también algunas que se toman como préstamo completo, como kokoro (corazón en japonés).

Lo cierto en estos aportes de ambas lenguas es que el jugar con las palabras hace parte de construir un argot coherente con su propósito como comunidad: reírse de todo y de todos, incluyendo la lengua y ellos mismos. Como mencioné, una investigación más exhaustiva podría hacerse no solo de estas influencias, sino también de las que vienen más adelante.

4.2.2.5. Los emojis y la comunicación no verbal

Si hay algo que identifica a SDLG y a otras comunidades autistas es la ausencia completa de emojis en sus interacciones. En todos los testimonios dados por los miembros de la grasa –y dentro de las normas también– se presenta una fuerte aclaración con respecto a que un grasoso por ningún motivo debería emplear emojis, excepto el Pacman (:v). Ahora bien, antes de profundizar en esta particularidad, lo primero que habría que hacer es distinguir entre emojis y emoticones.

Los emoticones son la primera manifestación gestual en la escritura, son todas aquellas expresiones que hacen referencia a una emoción y su rasgo especial es que se crean con los mismos caracteres del teclado –ejemplo «:-)», «:-(», etc.–. Dentro de los emoticones, los que se relacionan a manifestar alegría, tristeza, enojo, etc., están supeditados en la comunidad a dos nada más, el Pacman (:v) y la carcajada (xD), mientras que los demás están vetados. Ambos emoticones tienen algunas variantes, el Pacman por ejemplo puede llorar (:'v), o estar enojado (>:v). La carcajada, por su parte, puede replicarse *ad infinitum* sin ningún criterio claro e intercalarse la mayúscula con la minúscula, por eso es normal encontrarla en los momos así «xdxdxdxdxd», así «xDxDxD» o incluso simplemente así «xd».

En cuanto a los emojis, estos son ya la representación gráfica de los gestos y son cada vez más comunes en la red, como lo son 😊 o ☹. Este tipo de representaciones de las emociones están completamente prohibidas en la comunidad y las razones que dan sus miembros no son muy concluyentes. Mr. Graso, al preguntarle sobre ello, responde:

> Porque el abuso de emojis es un asco (Mr. Graso, comunicación personal, 2019, 13 de julio de 2019).

Por su parte, Guerocs presume que fue por lo siguiente:

> Yo diría que es por la época de donde venimos los grasosos de edad un poco avanzada. Jóvenes que actualmente tienen +20 años en ese tiempo no existían los emojis, existían los emoticonos o simplemente «caritas» que hacíamos nosotros mismos, cosas como :) owo <3 uwu :V (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

Holsen, en cambio, supone que ese odio a los emojis viene de las guerras de SDLG con otras:

> [El odio a los emojis surge porque] Mmmmm una «guerra» entre el Pacman y los emojis. Creo que nació por eso. Por ejemplo cuando atacaron a la página de Miltoner por el uso excesivo de emojis, comentaron puro Pacman y su HailGrasa (Holsen, comunicación personal, 7 de agosto de 2019).

Lo cierto es que hay una prohibición muy fuerte al uso de estos recursos para expresar en la escritura la comunicación no verbal, excepto si se trata del Pacman. Lo que yo como observador puedo interpretar es que es un acto muy coherente con la forma de ser del grasoso promedio, es decir, poco expresivo con varias emociones pero burlón frente a la vida, por lo que «:v» (que representa el sarcasmo o la burla) y «xD» son los que marcan la pauta de la expresión con sus diferentes variantes subordinadas a estos emoticones, ya que el humor (negro) es siempre su recurso más importante. Si bien dentro de los grasosos entrevistados se menciona que SDLG se diferencia de otras comunidades autistas porque en algunas de ellas sí se permite el uso de emojis, lo concreto es que el Pacman es el símbolo, la insignia del «estilo de vida» autista y por ende es un emblema de su forma de comunicación.



Momo 17. Momo haciendo alusión al rechazo hacia los emojis (03.07.2019)

4.2.2.6. Otras influencias

Finalmente, dentro de las influencias no se pueden dejar por fuera lo que la industria cultural deja al lenguaje autista. Es más que claro que las referencias meméticas del cine, la televisión o YouTube son el principal aporte a la comunicación de la comunidad (como se vio en los momos), pero los videojuegos marcan una pauta importante en el campo del lenguaje, ya que se construye una terminología aplicada a la dinámica de ciertos juegos que repercuten en la comunicación multijugador y llegan hasta este tipo de comunidades de adolescentes. Ejemplos como «Ward» (centinela, artefacto creado en videojuegos para tener visión del mapa y que en las interacciones sirve para mantenerse informado de la actividad de una publicación), «F» (tecla utilizada como muestra de respeto en un videojuego llamado Call Of Duty), o «Zelda» (videojuego cuyo personaje central es Link, por lo que se relaciona este nombre con el término inglés que para español es un enlace de internet) son prueba de ello.

En suma, el lenguaje autista es un argot de origen escritural que pretende identificar a la comunidad autista de otras de la red. Sus rasgos principales son la influencia de epítetos del lenguaje taringuero, el uso adrede de la mala ortografía, expresiones dialectales de países latinoamericanos como México, términos traídos del inglés y algunos otros del japonés, al igual que palabras de los videojuegos, que son transformados y reapropiados a través de recursos lingüísticos como el vesre, la atracción paronímica, el uso de siglas o la deformación ortográfica. Su uso e influencia se ha expandido incluso en el habla «normie» de la internet, lo que evidencia su enorme aporte a la comunidad latinoamericana en la red. Si han observado que varias personas utilizan «:v» en determinados contextos, ya saben de dónde proviene y este es uno de los grandes legados que SDLG y otros grupos pioneros del autismo dejan en la comunicación de una generación completa a través de la internet.

4.3. Los grasosos (el nosotros)

Seguidores de la Grasa podría definirla yo como una comunidad pionera dentro de la cibercultura juvenil autista en la red, la cual tuvo un éxito inusitado aprovechado por una serie de factores que incluyen el auge de los memes de Internet y la cultura troll, sumado

ello al deseo incesante de los jóvenes de situarse en el mundo a partir de asumir una identidad tanto individual como grupal. Pero definir la comunidad implica no solo lo que yo piense, sino también la forma en la que los han descrito en la internet y en cómo ellos mismos se reconocen.

En la red se pueden encontrar multiplicidad de definiciones sobre qué es la comunidad, desde aquellas de los *haters*[29] o tira caca[30] como otras vernaculares propias de sus usuarios. En ese sentido, por ejemplo los haters de la comunidad la describen como un grupo cuyos miembros son niños de 12 a 15 años identificados por «el uso excesivo de un emoticón para retrasados (el Pacman)». Se creen «*underground*» (pero usan Facebook), roban memes de otras páginas, se apropiaron del léxico de los usuarios de Taringa!, etc. (Lic_Memo_Herdez, 2016).

Por otro lado, un usuario de YouTube, perteneciente a SDLG, la definen como:

> Es un grupo donde puedes poner cualquier pendejada y ganar likes o, en el caso típico, ser ignorado como el pendejo que eres y tendrás que suicidarte para ganar un poco de fama xdxdxd [...]. No es solo un grupo más de Facebook, es aquel grupo donde puedes escapar de los problemas de la vida, acá puedes ser el pendejo que siempre quisiste ser pero por el miedo a ser juzgado nunca lo hiciste (Shark Channel, 2015).

Las anteriores definiciones, si bien me dieron un panorama de lo que podría encontrarme en la comunidad, no me daban respuestas de sus formas de comunicarse. Las motivaciones para realizar momos no es posible explicarlas por completo con dichas definiciones o solo viendo de qué se componen, por lo que me di a la tarea de profundizar en sus contenidos contrastando con los testimonios de sus miembros.

---

[29] Persona que odia sistemáticamente algo. En este caso, personas que manifiestan constante odio a la comunidad SDLG.

[30] Forma mediante la cual los *haters* comunican su odio. Desde el lado atacado, estas manifestaciones (que pueden ser comentarios, memes o cualquier manifestación comunicativa) se entienden como mierda.

4.3.1. La grasa

4.3.1.1. Datos demográficos (edad, género, origen, clase social)

Los grasosos son por lo general un grupo de jóvenes con edades muy variadas, aunque dependiendo de la edad también se asume la identidad en el grupo de forma distinta. Ojeda Copa (2017), por ejemplo, caracteriza no solo a SDLG sino también a LH (Legión Holk) como «comunidades compuestas principalmente por adolescentes y jóvenes. La base son adolescentes colegiales, aunque existen muchos administradores y líderes que ya son jóvenes adultos» (p. 189). Los que estuvieron desde su origen, generalmente ya son adolescentes e incluso adultos con empleo o estudios superiores universitarios, mientras que los grasosos más jóvenes, los nius, pueden ser todavía niños que estudian en el colegio y están cerca de graduarse. Lo cierto es que en su mayoría son de sexo masculino y, aunque también hay mujeres, predominan las dinámicas relacionadas con prácticas y actividades más asociadas hacia los hombres.

En cuanto a la región, resultaría difícil desentrañar porcentajes, pero sí es claro que en su mayoría los miembros de la comunidad son mexicanos, aunque hay miembros de toda Latinoamérica: Colombia, Perú, Paraguay, Venezuela, El Salvador, Nicaragua, Bolivia, Argentina, etc. Con respecto al origen de los grasosos, en el pasado hubo un mame[31] en el que a cada país se le asignaba un estereotipo y el gentilicio tenía ciertas particularidades (**Tabla 8**), datos identificados también por Ojeda Copa (2017) en la caracterización de los grupos. Con el cambio de reglas y para evitar la discriminación, esto se abolió (lo que se conoció como «tirarse arena entre países»).

[31] Tendencia a interactuar humorísticamente sobre un tema de moda.

Tabla 5. Algunas denominaciones por región

País	Caracterización	Gentilicios
Perú	Comen palomas	Comepalomas
Argentina	Narigones	Nargentinos
México	Brayans, Saltamuros, cometacos	Mexichangos, saltamuros
Venezuela	Pobres	Pobrezolanos, hambrezolanos
Colombia	Droga	Cocalombianos
Bolivia	Sin mar	Surfistas
Chile	No se les entiende	Chilindios, weones qlos
España	Traducciones mal hechas, Minecraft	---
Brasil	Sopa do macaco uma delizia	Sopa do macaco
Países centroamericanos	Pandillas	Pandilleros

Aun con anterior, la identidad de la comunidad no está determinada (aunque sí influenciada) por los países de origen; en cambio, la identidad pareciera ir más asociada hacia la manera en la cual comunican su cotidianidad. Incluso, Ojeda Copa (2017) asume que en términos de clases sociales la mayoría de sus miembros son de extracción popular, algo que puede evidenciarse en algunos de los momos y sus contenidos. Aunque la región es importante, los contenidos se ven influenciados por las situaciones vividas no solo por la pubertad sino también por los referentes culturales de esta generación. Con respecto a clase social,

Estas situaciones vividas y compartidas se aúnan en una cibercultura juvenil surgida en Latinoamérica denominada «autista», cuyo máximo representante es precisamente SDLG y de la cual hablaré a continuación. No obstante, aunque hay contenidos propios de la vida cotidiana online, me parece relevante no obviar lo que viven los grasosos en su entorno local, ya que desconocerlo sería dejar de lado una gran cantidad de situaciones que son las que al fin y al cabo se recrean en los momos y crean identidad online. Por ello, me dedicaré en lo que sigue de la sección a hablar del autismo en la red, la dinámica del grupo y los tipos de grasosos, para luego enfocarme en aquellos aspectos offline que se proyectan en lo online y que en definitiva describen cómo es que en la comunidad se construye la identidad a través de sus momos.

4.3.1.2. Autismo en la red

Resulta imposible pensar la identidad de SDLG sin antes mencionar la cibercultura a la cual está inscrita y que, si bien no está del todo documentada –a excepción de los trabajos de Ojeda Copa (2017) y Pérez-Salazar (2019; 2017)–, por medio de esta investigación mi propósito es nutrir esta definición misma de lo que es la cibercultura juvenil autista. La identidad grasosa, que asociaré desde ahora con el autismo en la red, en su momento fue reconocida e importante porque representaba una forma de pensar que luego se fragmentó y fue acogida por comunidades nuevas. Toda la historia de la comunidad, la guerra entre grupos, las dinámicas de interacción, los contenidos, la vida cotidiana y, sobre todo, los momos, se reducen en una expresión cultural propia surgida única y exclusivamente de la internet, pero lo que es mucho más representativo, que es única y exclusivamente (aunque con inspiración de otras regiones) de una generación juvenil latinoamericana.

El autismo en términos psicológicos se define, según Rogel-Ortíz (2005), como un «trastorno estático del desarrollo neurológico que persiste toda la vida y que incluye un amplio margen de alteraciones conductuales» (p. 143). Las manifestaciones clínicas de un individuo con autismo, según este mismo autor, son las alteraciones en la socialización, dificultades en el lenguaje y la comunicación no verbal y alteraciones sobre intereses y actividades (Rogel-Ortíz, 2005). La definición dada desde este enfoque he decidido incluirla porque, si bien se ajusta mucho a la denominación de la cibercultura juvenil autista, debe diferenciarse tajantemente, puesto que el autismo es un trastorno neurológico y la cibercultura es una comunidad de adolescentes en la red con prácticas y actitudes particularmente disociadas de lo que se considera un comportamiento «normal» en la red.

Como sucede con muchas comunidades, las denominaciones o rótulos que se les dan a unos son asignados por su contraparte antagónica, por los «otros», y esto es lo que ha sucedido con SDLG y otros grupos con intereses y prácticas similares surgidas en Facebook (tales como Legión Holk, Sekta 100tifik, Momos Corp., entre otros. Hablaré de ellos más adelante). Si bien se dice que el origen de la palabra de nuevo proviene de 4chan (Heisenwolff, 2018), lo cierto es que en estos foros no hay una definición concreta de grupos con esta

denominación, como sí sucede en América Latina por varios grupos. El autismo fue entonces una especie de respuesta despectiva para denominar a ciertas personas y a cierto tipo de humor que no encajaba con comportamientos sociales normales en la internet y, aunque algunos no se reconocen así, de una u otra forma las prácticas más relevantes de la comunidad agrupan un conjunto de rasgos que podrían identificarlos como tales.

¿Qué caracteriza a un autista en la red? El ver memes (momos), el humor negro, hacer SPAM, organizar ataques trolls, compartir packs y utilizar el Pacman (:v) excluyendo todos los demás emojis es aquello que representa a todo individuo que se considere o sea considerado autista en la red (Heisenwolff, 2018). No obstante, sería coherente mencionar que esto es tan solo una definición primaria, puesto que lo que trasciende a estas características va más allá de asumir una identidad para entretenerse. Como Holsen menciona, por ejemplo:

> [La grasa me cambió en] Mi humor… Digamos que antes mi humor era más suave, podía bromear con algo relacionado a los defectos de una persona pero ahora puedo bromear y hacer cagar de risa a alguien que conozco con frases de memes xd. Y es chido cuando alguien tiene los mismos desórdenes mentales que uno xd (Holsen, comunicación personal, 7 de agosto de 2019).

Fabio, por su parte, menciona el lado que menos se demuestra, el de la configuración de una fraternidad, un grupo que se colabora entre sí:

> [La idea del grupo es] Pasar el rato, alejarse de la realidad, muchos de ellos son rechazados socialmente, o también rechazados amorosamente, buscan un lugar donde reír y ser felices (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

Ya en el plano académico-científico, Pérez-Salazar y Hernández-Rodríguez (2017) hacen una definición más objetiva de los grupos autistas:

> Este tipo de grupos se caracterizan por la participación de jóvenes de muchos países de América Latina, con usos que cumplen funciones tanto de entretenimiento como de pertenencia grupal. Una de sus principales estructuras de interacción está dada por la ironía, el sarcasmo y un sentido de provocación hacia prácticamente cualquier

> asunto. Esto se manifiesta tanto en los memes que son publicados, como en los comentarios que son la base de la interacción social interna (p. 27).

En otras palabras, grupos autistas como SDLG crean comunidad a partir de gustos comunes y vivencias similares exteriorizadas a través de discursos creados desde mecanismos propios como los momos o el lenguaje autista. Si bien la construcción de comunidades en la red ha sido documentado especialmente cuando se habla de fans (Jenkins, 2008), en este entorno es diferente: se ha construido toda una cultura que se comunica empleando formas alternativas de interacción social (una comunidad que reapropia la plataforma en la que se encuentra y resignifica las posibilidades tecnológicas), construcciones vernaculares de comunicación (lenguaje autista, los momos y el desprecio a los emojis como expresiones de la comunicación no verbal) e intereses particulares que buscan transgredir los valores sociales tradicionales (utilizando el humor negro y rompiendo con los tabúes). Esto, en esencia, es la piedra angular de la identidad de los autistas en la red y, por ende, de SDLG.

Ahora bien, mi definición de los grasosos como individuos autistas debe estar también atravesada por mi observación e interacción con ellos: en su mayoría son sumamente fríos, poco sociables y con muy poca empatía frente a miembros que no son de su comunidad. En mi caso por ejemplo, fue muy difícil entablar conversaciones fluidas con ellos porque siempre se mantuvieron a la defensiva. Muchos de ellos, por ejemplo, se negaron a conversar conmigo. No les interesa tener contacto con un mundo que sea ajeno al de ellos, ya que la comunidad es su entorno y no necesitan extraños allí, al punto de despreciar todo aquello que no comparta sus formas de pensar o comunicarse.

En suma, un autista en la red, tienen rasgos un *hikikomori*, un individuo que vive al margen de la sociedad. Estas personas tienen ciertas semejanzas –y es justificado, ya que de allí viene la denominación– a los rasgos que clínicamente identifican a una persona con el trastorno autista: son personas que interactúan muy poco en contextos cotidianos u offline, son fríos, poco empáticos, poco expresivos y a veces insensibles, pero el humor negro los transforma y los convierte en sujetos críticos y mordaces a pesar de su edad. Ven el mundo desde lo marginado pero desde allí mismo cuestionan los valores tradicionales, poniendo en

evidencia las aberraciones que se cometen pero que se ocultan en la sociedad que se considera «normal», gustan de lo prohibido y lo comunican a su propia manera, ya sea con momos o con un argot construido tomando referentes de diferentes lugares. Los grasosos, los autistas, son adolescentes, son niños e incluso son ya adultos, con una forma de pensar que se sale de lo normativo y que observa con desaprobación una realidad a la que solo han logrado adaptarse gracias a la conformación de una comunidad que se ríe de todo, hasta de sí misma.

Ahora, me dedicaré en las siguientes secciones a describir e interpretar en profundidad la forma en la que ellos se conciben como comunidad y cómo se reapropian de los recursos para dar significación y exteriorizar su forma de vida, sus intereses, sus gustos y lo que definitivamente deciden no ser. Todo lo anterior permitirá construir y completar la definición de lo que es ser un autista y a la vez grasoso, una forma de ser y de vivir la adolescencia en la red por parte de una gran cantidad de jóvenes de América Latina durante la segunda década de los 2000.

4.3.1.3. Dinámica del grupo

Como se pudo observar en la historia, SDLG ha adquirido algunas características que le han garantizado la supervivencia en la rigurosidad de plataformas como Facebook que, con el ánimo de hacer que la red social sea sostenible, decide acabar con contenidos violentos o agresivos, dentro de lo que se incluyen las ciberculturas como la autista, en la que SDLG está inscrita. Lo anterior se evidencia claramente en las constantes caídas del grupo principal de Seguidores de la Grasa y en la desaparición de muchos otros, por lo que la forma en la que estas comunidades se recuperan es a base de unión (casi que una lealtad que se ha ido perdiendo por cuenta de las nuevas dinámicas «memeras» y la migración a otras plataformas como Instagram), la rigurosidad en el cumplimiento de las normas y el reconocimiento de la diversidad dentro de sí mismos.

De este modo, quisiera comentar brevemente cómo es que ha funcionado el grupo en términos generales. Para empezar, es fundamental comprender que el propósito del grupo es compartir y convivir desde el humor, tal y como lo menciona Fabio (de El Salvador):

> Estabas en un grupo que te hacía sentir como si estabas sentado con un gran grupo de amigos que compartían los mismos gustos. Y era bueno que nunca se acababan los momos, siempre habían, y muy graciosos [sic] (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

La convivencia ha sido entonces un punto clave, pero para asegurarse de que ello funcionase relativamente bien, los administradores (los más reconocidos, además de Mr. Graso, son Nadir Huerta y Frozono, aunque este último ya no hace parte del staff) fueron construyendo, a partir de las experiencias, un conjunto de normas que garantizaran la pervivencia de la comunidad. En primer lugar, el filtro para ingresar al grupo, como en muchos otros de Facebook, requiere la aprobación de los administradores, quienes en principio plantean una serie de preguntas relacionadas con la comunidad, a las normas e incluso a la edad, para así asegurarse de que no haya personas indeseadas:

> O sea, SDLG tiene unos administradores, a unos le dicen el gordo y otra es una mujer. Entonces uno para meterse ahí tiene que responder unas preguntas para ver si lo reciben, porque uno manda como la solicitud. Cuando uno acepta tiene que sí, empezar a publicar y todo eso [sic] (Daniel, comunicación personal, 12 de mayo de 2018).

Dentro de las preguntas clave que se incluyen en el filtro de entrada, se plantea el haber leído las normas y aceptarlas cumplir. Las que se presentan a continuación son las del 20 de marzo de 2019:

1. Al unirte al grupo aceptarás las reglas y serle fiel a la grasa. El contenido que compartan en el grupo será parte del grupo y no podrás reclamar por él.

2. No se permitirá el reintegro del miembro baneado[32] que haya violado de forma seria alguna de las reglas.

3. Se baneará a todo aquel que haga mal uso del nombre del grupo.

4. No pedir reacciones, usar emojis o ser AW[33].

5. Prohibido usar fotos con filtros de Snapchat u otros similares

6. Prohibido imágenes de desnudos, imágenes sin censura, gore, pedofilia, zoofilia u otro tipo de filia, símbolos comunistas o esvásticas.

7. No pasar enlaces de packs[34].

8. Prohibido la promoción de grupos de Fb [Facebook] o Whatsapp, compartir contenido de páginas normies y cualquier otro tipo de spam.

9. Clases de comentarios prohibidos: comentarios Haters hacia el grupo, arena entre países[35], deletrear en comentarios, comentarios estilo "Hail Hitler", "Hail Stalin" o que celebren crímenes realizados por estos u otros crímenes de odio (KKK[36], etc.).

10. Publicaciones prohibidas: propaganda a candidatos políticos. compartir directos de páginas y/o perfiles con el propósito de atacar. imágenes con marcas de agua de páginas ajenas, reposts, publis con símbolos comunistas o esvásticas.

11. Los posts de ward[37] para desenlace están prohibidos, pueden publicarlos en AW DLG o solo sube el desenlace directamente.

12. No se permitirá el término normie puesto que es usado por danks[38] que solo buscan molestar a los nuevos miembros.

13. EL FUNDADOR ES LIBRE DE PUBLICAR LO QUE DESEE.

Como se observa, hay un fuerte énfasis en prohibir manifestaciones relacionadas con crímenes de odio o discriminación hacia cierto grupo social. Sin embargo, esto no siempre fue así, ya que la identificación de estos contenidos por parte de Zukaritas[39] (**Momo 18**) implicaba el cierre del grupo. Del mismo modo, la rigurosidad con el cumplimiento de las normas y una especie de dictadura del ban garantizaba, incluso mediante dinámicas como

[32] Banear: acto de dar ban, es decir, expulsar a un miembro del grupo y prohibirle su entrada.
[33] Attention Whore. En otras palabras, personas que solo buscan llamar la atención.
[34] Material con contenido sexual.
[35] Arena hace referencia a lanzar comentarios provocadores u ofensas sobre determinado tema. En alusión a los países, tiene que ver con maltrato regionalista o insultos entre ellos.
[36] Ku Klux Klan.
[37] Ward es un término que describe la dinámica de comentar una publicación con el fin de estar al tanto de las interacciones que se dan dentro de ella.
[38] Dank es un tipo de persona que gusta del contenido con el mismo nombre (dank), el cual está relacionado con memes o contenidos con características extrañas, estrafalarias y en ocasiones sin sentido.
[39] Es el nombre que se le atribuye por asociación al apellido del fundador de Facebook Mark Zuckerberg, a quien se le culpa por parte de la comunidad de las caídas del grupo por el incumplimiento de las normas de la red social.

la limpieza de grupo[40], que la comunidad estuviera depurada de individuos que desearan su caída. Pasó lo mismo con el uso de imágenes reales en la foto de perfil, la prohibición del envío de packs para evitar el CP[41], entre otros contenidos que pudieran atentar contra la integridad de una persona. Sin embargo, por más que se ha intentado y por la historia heredada –en la que muchos individuos de otros grupos desaparecidos ingresaban a la grasa–, la caída de SDLG se convirtió en parte de la cotidianidad de los miembros más leales:

> Gracias a ese descontrol de miembros y con las reglas de la plataforma de Facebook SDLG caería muchas veces, mismas veces que se levantaba con un poco de fuerza, pero no tanta como la anterior. Cada vez SDLG era más estricto con las reglas pero son esas mismas reglas las que tratan de evitar que SDLG muera, pero como era de esperarse, muchos incumplirían las reglas y SDLG caería otras veces (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

Con las normas claras incluso antes de entrar al grupo (algunas bastante curiosas, como la prohibición del uso de emojis) pero con la latente amenaza tácita de la caída del grupo o, en su defecto, de la expulsión de este, lo que seguía para un niu[42] como yo era definirse y adaptarse como miembro del grupo, para no ser un completo fantasmón[43]. Llegar a este paso implica un arduo proceso de adaptación y de reconocimiento tanto del lenguaje autista como de las propias dinámicas de publicación y estilo de los momos, cargados generalmente de humor negro.

[40] Jornadas realizadas por el fundador o los administradores que consistían en expulsar miembros no activos de la comunidad.
[41] Children Porn, aunque se camuflaba con expresiones como Caldo de Pollo o Club Penguin.
[42] Se les dice así a los miembros nuevos. Aunque en las normas los administradores procuran protegerlos, lo cierto es que hay cierto prejuicio sobre ellos, en gran parte porque no han asumido la identidad grasosa.
[43] Aquel individuo dentro del grupo que ni publica ni interactúa con nada ni nadie. Solo está de observador, pero nadie lo ve, como un fantasma. En mi caso, yo fui un fantasmón durante la investigación.



Momo 18. Zukaritas y el Gordo (Mr. Graso) (03.23.2019)

Dentro de las dinámicas de publicación, quizá la más importante era el hecho de ser consciente de que lo que se enviaba a la comunidad no garantizaba su publicación. Los momos subidos, durante varias etapas, estuvieron sometidos a un fuerte rigor de aprobación/desaprobación por parte de los administradores y fundadores del grupo. Una tarea constante de ellos fue restringir la publicación de contenidos sobre la base del cumplimiento de las normas de ingreso a la comunidad: todo aquello que pudiera violar las reglas o que no fuera del agrado de los administradores no sería publicado.

Ahora bien, el proceso de realizar momos por un miembro de la comunidad, se le conoce como «hornear», lo cual consiste, en pocas palabras, en tomar una plantilla y asociarla con situaciones cotidianas. Con la misma expresión de hornear momos se hacían chistes constantemente, como «re100 horneado», «se enfrió» o, en casos más propios de su estilo de humor negro «re100 judío[44]». Cabe aclarar que el diseño de plantillas también es otra especialidad. Incluso, extensiones del grupo se dedicaban a crearlas y dejarlas en blanco para que los usuarios las utilizaran para el horneo de sus momos. Adicional a lo anterior, se requiere un «horno», el cual lo define Daniel así:

[44] Haciendo alusión a la forma en la que moría esta población durante la Segunda Guerra Mundial por parte de los nazis en los campos de concentración.

> Es una aplicación de celular, entonces uno piensa en algo, mira qué plantilla queda y lo hace (Daniel, comunicación personal, 12 de mayo de 2018).

Si por fortuna uno de los momos era publicado (muchos los enviaban con un mensaje para los administradores como «acepten plox»[45] o «han aceptado peores :v»), llegaba otro momento complejo: ser sometido a la aprobación o desaprobación de la misma comunidad. Por supuesto, el propósito en el fondo era ganar reconocimiento a partir de «naiks»[46] y comentarios positivos tipo «+10 prro» o «ke wen momazo».

Si, por el contrario, el momo no se ajustaba al humor grasoso o le hacía falta algún componente clave, se corrían dos riesgos: «morir icnorado» o ser fuertemente criticado al estilo de la grasa. Ejemplos de comentarios positivos y negativos se muestran en la **Imagen 8** e **Imagen 9**, en las cuales se observa que, el lenguaje autista juega también un papel importante en la interacción.



Imagen 8. Interacción positiva de un usuario a un momo (07.09.2017)

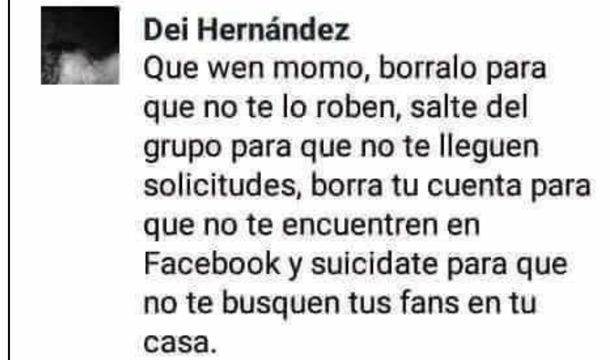


Imagen 9. Interacción negativa de un usuario a un momo (10.08.2017)

Además de comentarios, las interacciones alternas al me gusta, propuestas por Facebook, también tienen su nombre y significado. Así, a la expresión de «me enoja» la llaman «me emperra» o a «me encanta» lo llaman «me encorazona». Esto muestra también la forma en la que se apropian de la misma plataforma, de su entorno, y le dan un significado cultural propio, así sea simplemente una interacción estándar de Facebook. Por último, no se pueden

[45] Plox, deformación de *please*, por favor.
[46] Likes, en Facebook, la interacción que traducida es «Me gusta».

obviar las interacciones a través de imágenes que casi que se convierten en unidades con significado completo y replicable. Un ejemplo de ello puede ser cuando se publica una imagen sacada de Google (**Imagen 10**), cuando un contenido es repoio[47] (**Imagen 11**), o cuando el momo no tiene chiste (**Imagen 12**).



Imagen 10. Interacción para una imagen tomada de Google (13.02.2018)



Imagen 11. Interacción para un momo que es repoio (07.10.2017)



Imagen 12. Interacción para un momo que no tiene gracia (23.03.2019)

[47] Deformación de repost, o contenido ya publicado con anterioridad en esta comunidad o en otra.

En suma, la clave para un «wen momo», en palabras de Holsen (grasoso peruano), es:

> Solía ser un dios. Hubo un tiempo en que mis momos llegaban a los 25k de reacciones y nikes. El gordo lo compartía en su página [...]. Cuando hacen plantillas nuevas, debes aprovecharlas antes que ellos y tener una buena imaginación o ver lo que pasa en tu vida diaria y que sea algo gracioso. Por ejemplo "Cuando lo haces con una embarazada y sientes que algo te agarra la polla" xd (Holsen, comunicación personal, 7 de agosto de 2019).

Pero esto es solo el principio o, al menos, la base de la interacción. Dentro de este proceso de horneo y publicación se interviene de diferentes maneras, siempre bajo la permanente amenaza del ban. La comunidad de la grasa es tan grande que, cuando fui conversando con sus miembros, me fui dando cuenta de algo que no había contemplado en principio: la comunidad es sumamente heterogénea, aunque se compartan rasgos identitarios en términos comunicativos. En palabras de Guerocs:

> La grasa es una comunidad muy grande actualmente, pero a pesar de su gran número de miembros dentro de ella están las extensiones de la grasa, subgrupos sociales y diferentes tipos de grasosos (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

4.3.1.4. Tipos de grasosos

La diversidad es tan amplia como la misma concepción que tienen los miembros de la grasa sobre diversos aspectos del grupo. Resultaría muy difícil lograr un consenso entre todos acerca de los significados de muchos asuntos (como se verá a lo largo de la tesis), no obstante, desde mi perspectiva como miembro pude observar varios tipos de grasosos, que varían no solo por el lugar en el que suelen interactuar, sino también por su tiempo de estancia en la comunidad, su nivel de compromiso con el grupo, entre otros.

Así, aunque esta categorización no resulte exhaustiva –y reiterando el hecho de que esta definición se da desde mi observación conjugada con la información suministrada por aquellos usuarios con quienes tuve conversaciones– algunos de los tipos de grasosos son los **nius**, los **fantasmones**, los **nostálgicos**, los **grasosos promedio**, los (niños) **rata**, los **danks** y los **autistas tóxicos**. Frente a esta categorización, cabe aclarar que es una especie de

gradación que va desde lo menos autista hasta lo más autista, recordando este concepto como:

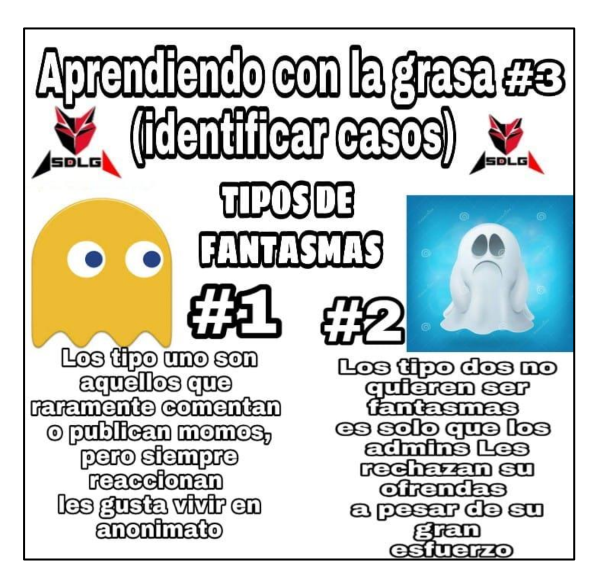
> Los autistas son personas encerradas y nada sociales, pero también es una nueva manera de "autismo" uno donde se busca convivir con otros autistas, "encontrar una manada", ya que estar solos no es algo que les guste en el fondo. Para ser más rápido, no sé consideran así, los llaman así (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

Así, los **nius** son los miembros nuevos, aunque resulten bastante heterogéneos. Un niu puede ser un autista de otro grupo que terminó uniéndose a la grasa o un miembro que desconozca las dinámicas de la comunidad y traiga recursos de otros espacios. De acuerdo con un momo de la comunidad (**Momo 19**), se caracterizan por utilizar expresiones no heredadas del lenguaje taringuero, son susceptibles al humor negro, utilizan emojis, hacen parte del grupo por moda y sus referencias para momos están basadas en youtubers como AuronPlay o Luisito Comunica. Posiblemente, este tipo de grasosos sea de los menos leales a los principios de la comunidad.

En segundo lugar, los **fantasmones** son aquellos miembros que hacen parte del grupo pero que nunca interactúan con nada ni nadie. Son más bien observadores de las dinámicas de la comunidad y poco participan, a lo sumo lo harían dando «me gusta» a uno que otro momo. Yo, por supuesto, hice parte de este tipo de grasoso por diversos factores, uno de ellos es que el uso de los elementos comunicativos es sumamente excluyente y permite identificar fácilmente a un grasoso activo de uno que no, lo cual puede poner en riesgo la permanencia en el grupo. Como fue difícil siempre lograr una proficiencia en el uso de sus símbolos, y con la relevancia que tiene el discurso para la construcción de la identidad en la red preferí mantenerme como un investigador desde la observación (sin participar).



Momo 19. Diferenciación entre nius y grasosos verdaderos (05.03.2019)



Momo 20. Identificando 2 tipos de fantasmones (05.03.2019)

Quizá una contraposición a los grasosos nius sea el tipo de los **verdaderos grasosos** (o grasoso promedio), los que seguramente sentaron los cimientos para una identidad del grupo que luego fue variando con el ingreso de nius. Generalmente, los verdaderos grasosos guardarían cierta relación con el grupo que viene a continuación (los nostálgicos), aunque tengan ciertas diferencias. En general, este tipo se caracteriza por mantener el lenguaje taringuero, no ser arenosos[48], no utilizar ningún emoji (excepto el Pacman), pertenecen al grupo por sentirse identificados con el autismo de la red y prefieren por encima de todo el humor negro en los momos. Suelen ser los que más interactúan, hornean momos y regresan cada que la comunidad cae en Facebook.

En cierto grado de cercanía con los verdaderos grasosos, se encuentran los **nostálgicos,** aquellos miembros más antiguos que recuerdan con cierta *saudade* las épocas doradas de la comunidad. Suelen conocer la historia de la grasa y de los momos de internet pero guardan cierto afecto hacia sus orígenes, basados en los Rage Comics y otros memes como *Bad Luck Brian*. Su posición de antiguos les hace ver a los nius como gente que arruina la esencia del grupo y que no conocen la verdadera razón de la comunidad, por lo que se han

[48] Ser arenoso: ser susceptible a ciertos comentarios o cierto tipo de humor.

alejado de una interacción constante y permanecen en otros espacios o extensiones. Guerocs, por ejemplo, es un grasoso de este tipo:

> A pesar de estar al tanto de lo que sucede en la grasa y seguir siendo miembro de ella siento que mi espíritu quedo en lo que era hace muchos años antes de que se desatara el caos y se llenara de gente que da vergüenza, pero sigo dentro porque entre tanta gente tóxica, ridícula, y que da vergüenza existe aún gente con la que te puedes llevar bien y pasar buenos momentos [...]. Respecto a lo de grasoso nolstálgico, es en base a la historia dentro de Facebook. Ahora mismo se podría decir que soy un grasoso de Discord[49]. Existían los grasosos de G+ pero como la plataforma murió esos grasosos se regresaron a Facebook o se fueron a Discord [sic] (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

Dentro de SDLG también están los **niños rata**[50], un grupo particular no solo de la comunidad, sino de Internet en general. Se pueden definir como niños inmaduros, con especial interés en los videojuegos y que, por lo general, no saben perder. Esto, aplicado a la comunidad, se relaciona con niños cuya afición se centra en juegos como Minecraft, pero a su vez guardan cierto grado de obsesión con la comunidad al punto de apropiarse de su lenguaje y sus prácticas sin ningún tipo de agencia, solo para hacer parte de la comunidad pero sin ningún tipo de criterio frente a ello, por lo que al recibir críticas terminan tomando actitudes negativas o de AW que derivan en trolleos hacia ellos. Para muchas comunidades por fuera de SDLG los grasosos son incluso considerados como niños rata.

Otro grupo dentro de la comunidad tiene una fuerte influencia de los memes de Internet provenientes de comunidades anglosajonas como 4chan y Reddit. A estos se les puede denominar **danks**, término asociado a individuos que publican contenido denominado *shitposting*[51] o contenido *random*. Los danks no son propiamente grasosos, pero muchos de ellos, por estar tan inmersos en la cultura memera (no solo en español sino también en inglés) terminan ingresando a la comunidad, en ocasiones con una sensación de superioridad frente a los memes autistas, dado que para ellos el verdadero meme de calidad

---

[49] Programa gratuito de chat que funciona como un foro para comunidades que tienen intereses en común (generalmente videojuegos, pero puede ser sobre cualquier tema).
[50] La denominación viene de Los Simpson, en el que Homero llama a su hijo Bart de esa manera (temporada 6, episodio 17).
[51] Contenido que en muchos casos no tiene ningún sentido pero aun así produce risa.

viene de plantillas de las comunidades de habla inglesa. Algunos separan lo dank de lo autista, en mi definición –y a riesgo de ser refutado por la comunidad– los incluyo aquí porque en el fondo guardan cierta relación con rasgos de autismo de la red, como lo es principalmente el desprecio hacia lo *normie* (que si bien no es explícito en la comunidad de la grasa, lo es en sus contenidos de forma implícita). Es de resaltar que muchos de los memes que se vuelven populares generalmente provienen de este tipo de personas, como por ejemplo el *Surprised Pikachu* (Hauntedbreezy, 2019).



Imagen 13. Imagen de referencia para el meme de *Surprised Pikachu* (Pokémon, temporada 1, episodio 10).

Finalmente, otro tipo de individuos pertenecientes a la grasa los catalogo –desde mi experiencia en el grupo– como los **autistas tóxicos**. Como en toda comunidad, siempre habrá algunos con mayor nivel de compromiso con los ideales que otros, más fundamentalistas incluso podría pensarse, y aquí incluiría yo a estos usuarios. Se caracterizan por tomarse muy en serio la identidad del grupo: no utilizan emojis por ninguna razón y discriminan a aquellos que lo hacen, están en constante vigilancia del uso del lenguaje de la comunidad y del contenido de los momos, interactúan constantemente con cada publicación, almacenan plantillas de momos, se obsesionan con ellos y en muchos casos son individuos aislados en su contexto offline en el cual suelen solo hablar a través de plantillas de memes. Fabio, por ejemplo, relata un tiempo en el cual fue un grasoso de este tipo:

> En un tiempo sí, fui completamente grasoso y me alejé mucho de la sociedad, llegado al punto de hablar solo con plantillas y tenerlas descargadas porque sí (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

SDLG es una comunidad tan vasta y heterogénea que describir sus dinámicas de participación y construcción de identidad sería tan solo ver una de tantas perspectivas. La forma en la que se ha llevado a cabo la construcción y desarrollo del grupo son todavía más amplias de lo que en este espacio alcancé a mencionar, pero creo que funcionan suficientemente como introducción a lo que realmente caracterizó a este grupo y les dio forma a muchas manifestaciones de comunicación en la red dentro de una generación de adolescentes. A continuación, me dedicaré a hablar sobre la vida del grasoso, los temas principales y cómo la comunica a través de sus momos.

4.3.2. Vida del grasoso

Para una comunidad que involucra tanto a sus miembros, al punto de que entre ellos se entablen lazos de fraternidad, resulta muy difícil no enlazar la vida cotidiana con los contenidos que publican y a través de los cuales interactúan. Estos aspectos de la vida cotidiana son imposibles de obviar llegados a este punto, porque dicen mucho de lo que los grasosos piensan sobre sí mismos, sobre la vida y sobre los demás. En la observación que realicé durante estos años, una gran cantidad de temáticas rondaron alrededor de los momos, no obstante, algunos fueron más recurrentes que otros.

Me concentraré entonces en describir aspectos de su sexualidad y relaciones afectivas que repercuten en pensamientos misóginos y homofóbicos, las relaciones interpersonales con la familia y las amistades, al igual que sus intereses relacionados con la escuela, el trabajo, los videojuegos, la nostalgia, los mames, la actualidad mundial y la cultura popular mediática.

4.3.2.1. Sexualidad y relaciones afectivas

Difícilmente los entrevistados hablaron sobre su sexualidad. Es comprensible que fueran tan reservados en este asunto con alguien que no conocían; sin embargo, este aspecto puede

notarse en algunas de sus declaraciones pero, especialmente, en los momos. En este campo de la vida cotidiana offline (aunque también online) se destaca una especie de culto a la masturbación, el rechazo amoroso como una constante, relaciones –o fantasías– sexuales extravagantes y, por supuesto, cibersexualidad (con todo lo relacionado a «pasar packs»). Por ejemplo, Daniel se refiere al contenido en general de los momos:

> Los [momos] de la grasa son un poquito más groseros. Normalmente es lo del tío, cosas sexuales, de la friendzone, como cuando la novia lo rechaza, jaja, sí, la realidad (Daniel, comunicación personal, 12 de mayo de 2018).

Es normal ver que el común denominador de los momos sea la sexualidad. Se puede hablar de virginidad (**Momo 21**), de nopor[52] (**Momo 22**), de experiencias sexuales (**Momo 23**), pero, sobre todo, de «ahorcarse el ganso»[53] (**Momo 24**). Dentro del tema de la masturbación todavía hay más escenarios, como por ejemplo la masturbación constante, el semen y los «mecos» (espermatozoides), cómo «jalarse» el ganso, entre otros.



Momo 21. Ejemplo de momo sobre virginidad (03.13.2019)



Momo 22. Ejemplo de momo sobre material pornográfico (03.07.2019)

[52] Porno
[53] Masturbarse.



Momo 23. Ejemplo de momo sobre masturbación y semen (02.26.2019)

Momo 24. Ejemplo de momo sobre experiencias sexuales extravagantes (01.09.2019)

Es llamativo el hecho de combinar referencias y *catchphrases* meméticas de caricaturas –referentes infantiles– mientras se habla de asuntos sexuales. Hay que tener en cuenta que muchos de los miembros son menores de edad y que, probablemente, muchas de estas experiencias no las hayan vivido; sin embargo, la libertad que permite el humor negro en la comunidad grasosa para referirse a estos temas deja en duda si realmente pueden ser promiscuos o si tan solo es una broma. Si han vivido la experiencia en realidad es lo de menos, al final pareciera que no hace falta experimentarla si ellos pueden imaginarla.

Por otro lado, otro asunto sumamente relevante es el que tiene que ver con las relaciones afectivas. Esto da muchas pistas sobre la forma de ser de estos adolescentes en la vida cotidiana, especialmente porque muchos de los momos se relacionan con situaciones desfavorables en las que el rechazo puede predominar. Frente a las razones por las que Fabio entró a la grasa, por ejemplo, él menciona:

> [Intentaba alejarme de la] depresión amorosa, estaba muy deprimido en ese entonces, tanto que entré al mundo del anime y a la grasa, fueron una forma de olvidar esa depresión (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

El rechazo amoroso y las emociones negativas son entonces atenuadas por el propósito de los momos, ya sea para reírse de ello o para recibir «F» y apoyo por parte de la comunidad. Las pistas que otorgan estos momos harían pensar que un número considerable de los grasosos son personas introvertidas, con temor al rechazo amoroso, con dificultades para

socializar con las mujeres y, en ocasiones, un curioso valor positivo al celibato como recompensa a estas situaciones desfavorables. Estas dinámicas pueden presumirse que son, en el fondo, el germen de la conformación de grupos sociales más recientes como los denominados *incel (involuntary celibate)*, grupos de hombres que reclaman la supremacía masculina a partir de la misoginia y el rechazo al feminismo (Zimmerman et al., 2018). Los **Momos 25-27** tienen que ver con estas situaciones afectivas.



Momo 25. Ejemplo de momo sobre culto al celibato involuntario (03.07.2019)



Momo 26. Ejemplo de momo sobre dificultades de socialización (03.13.2019)



Momo 27. Ejemplo de momo sobre depresión relacionada con la ruptura amorosa (Clorox es icono clave para aludir al suicidio) (04.30.2018)

En resumen, las relaciones afectivas permiten evidenciar varios comportamientos de los grasosos. Esto demuestra cómo la vida offline repercute de forma directa en la vida online: el rechazo y las dificultades para socializar parecen ser un factor que determina una identidad profundamente sexualizada en la comunidad. Es casi una especie de desahogo que se da igualmente con la masturbación y un derribamiento del tabú que surge frente a este hecho al punto de convertirlo incluso en un ritual propio de la etapa de la vida (con eventos como septiembre sin fap, mes en el que está prohibido masturbarse), todo utilizando como vehículo el humor negro. Frente a ello, complemento mi interpretación con una declaración dada por Fabio, quien asegura que SDLG, como comunidad, permitía alejarse de una realidad en la que el rechazo social es común en muchos de los miembros:

> [La idea del grupo es] Pasar el rato, alejarse de la realidad, muchos de ellos son rechazados socialmente, o también rechazados amorosamente, buscan un lugar donde reír y ser felices (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

4.3.2.2. Misoginia y discriminación

Aunque esta característica parezca sacada un poco de los aspectos de la vida cotidiana, no pude dejar de pensar en la forma en la que los grasosos –en su mayoría hombres– trataban a las mujeres. Ni siquiera pasa por una posición política, es más, resulta supremamente evidente que la publicación de momos es un trabajo propiamente de los hombres (los papus, los linces, los mens, los bros…), mientras que las mujeres (las elfas) están condenadas a ser las receptoras del contenido y sus interacciones están circunscritas a las reacciones de Facebook o a pasar packs.

Lo anterior se evidencia en los contenidos de los momos pero, sobre todo, en las interacciones con las mujeres. Cada vez que una elfa publicaba un momo o, en cambio, publicara un comentario, lo primero que se menciona es el ya difundido «váyase a la cocina» y su asociación directa a «hacer sándwiches»:

> Si las mujeres no saben cocinar o jugar videojuegos… Cuando una mujer publica un mal momo le dicen sáquese para la cocina (Daniel, comunicación personal, 12 de mayo de 2018).

Por supuesto, de nuevo, estas tendencias se enmascaran en el humor negro, se lo toman a modo de gracia, pero el contenido y la interacción siempre llega a estos puntos y resulta imposible no pensar en que de trasfondo puede haber una cierta aversión a las mujeres, quizá por la misma influencia del rechazo afectivo (**Momo 28** y **Momo 29**).



Momo 28. Momo sobre el lugar de la mujer según la grasa (08.13.2017)



Momo 29. Ejemplo de momo misógino relativo a la violencia de género (02.01.2019)

Es todavía más llamativo el hecho de pensar que incluso la figura del padre como agente violento en la familia (véase la familia y los amigos en **§4.3.2.3.**) es retomado por los grasosos a través del humor negro. En varios momos se deja en evidencia que el humor refleja ciertas realidades, pero que a través de ellas también se transmiten una serie de valores alusivos al desprecio a la mujer. Esto es claramente evidente si se observa que se reproducen formas de ver a la mujer como una sirviente que «hace los mejores sándwiches» o que tienen «pase VIP por fuera de la cocina» no solo en SDLG, sino que también, como un legado de esta misma construcción cultural, en otros escenarios de la red. De nuevo, un grasoso promedio podría reírse y pensar que estos momos son solo con el propósito de tocar esas fibras, de llegar al límite de lo tolerable o, en el fondo, reivindicar su supremacía a nivel social como hombres por encima de las mujeres.

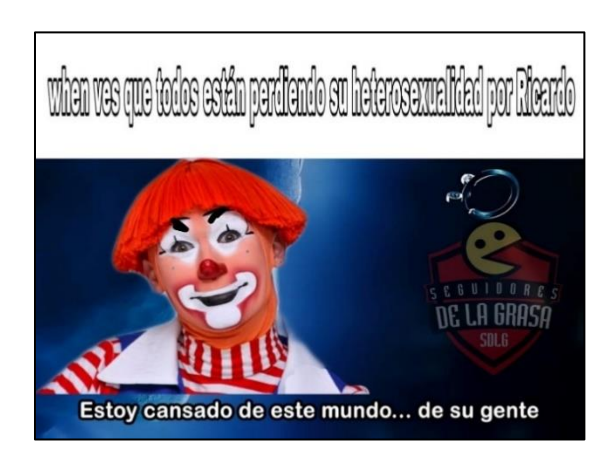
La misoginia de los grasosos es de los aspectos de la identidad grasosa que más me produce animadversión. Sin embargo, si lo comparo a asuntos como el incesto (que se verá en la

sección siguiente) la dinámica es la misma: poner en disputa lo que es correcto versus lo que es real y poner en medio el humor negro. No tengo certeza de que sean conscientes de que los contenidos misóginos reproducen valores que en la actualidad buscan erradicarse, pero sí puedo afirmar, desde mi investigación, que ponerlos presentes en su cotidianidad indica que de una u otra manera lo viven. Ahora bien, Guerocs (que presumo es mujer, aunque nunca me mencionó su género), al preguntarle sobre este asunto, reafirma el hecho de que este tipo de comentarios dan bastante igual y todos se lo toman como broma:

> Actualmente cualquier cosa es ofensiva. [...] Realmente da bastante igual, no es como que veamos los comentarios de esas cadenas (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

En resumen, los momos para ellos son simplemente humor *(for the lulz)*, tengan el contenido que tengan, y no importa lo mucho o lo poco que reproduzcan ciertos comportamientos que no sean aprobados socialmente. Para ellos tocar la herida resulta mejor que intentar curarla, y la reflexividad sobre estos asuntos coyunturales ni siquiera les merece un mínimo de importancia.

En concordancia con la misoginia, la homofobia, aunque menos recurrente desde mi observación, también se hace evidente. Los grasosos toman el ser homosexual como un insulto e incluso lo emplean para sus mismos enemigos autistas. Sin embargo, un personaje particular es empleado en varios de los momos para enmascarar este tipo de pensamientos, el payaso Leito (**Momo 30**), quien en internet es reconocido por ser homofóbico. Ahora bien, es relevante este pensamiento sobre el homosexualismo porque para ellos la Legión Holk, sus enemigos dentro del autismo, son homosexuales (véase **§4.4.1.**).



Momo 30. Momo homofóbico con el payaso Leito como protagonista (03.07.2019)

Cabe mencionar en este punto un estudio en el cual algunos investigadores caracterizan grupos autistas desde el racismo y la discriminación (Pérez-Salazar & Hernández-Rodríguez, 2017). Lo que dicho estudio plantea como base que los momos de comunidades como SDLG tienen un fin «provocador» y lo ejemplifican con la cantidad de referencias en momos que resultan alusivas al nazismo, antisemitismo y racismo. Si bien en mi investigación no fue tan común encontrar estos contenidos, no hay duda de que en SDLG se intenta transgredir el pensamiento políticamente correcto, por lo que referencias a Hitler y burlas hacia grupos históricamente discriminados es una especie de reto a la moral contemporánea.

4.3.2.3. La familia y los amigos

Hay un enlace dentro del humor que los grasosos emplean en su cotidianidad que relaciona la sexualidad y la familia de forma muy íntima: el incesto es una temática supremamente común entre los momos de la grasa y, si bien pude mencionarla en el apartado de sexualidad, decidí hacerlo en este espacio porque ocupa un lugar importante al menos en la manera en la que los momos muestran lo que significan los miembros de la familia.

El incesto es un contenido recurrente de los momos. Rayan entre el chiste y lo que parecieran ser deseos de llevarlo a cabo, ya sea con la prima, con la tía o incluso con la abuela (recordando la mediación del humor negro para difuminar si es en el fondo una intención real o no). El que más llama la atención es el momo alusivo a un incesto homosexual con el

tío, que aunque ya se resolvió que es una forma de burlarse de tales aberraciones, no deja de causar curiosidad la forma en que lo abordan (**Momo 31** y **Momo 32**).



Momo 31. Ejemplo de momo sobre el tío (02.14.2019)



Momo 32. Ejemplo de momo sobre incesto (02.14.2019)

Como observador, asumo que la gracia de los momos se mide en términos de la capacidad de generar lo que Han (2014) denomina el *shitstorm*, es decir, la desaparición del respeto. En otras palabras, el humor de los momos se mide en muchos de sus casos cuando llega a su extremo más indignante: a mayor posibilidad de indignación o cercanía a lo intolerable, más risa puede causar, y el incesto es uno de los tantos tabúes de los cuales los grasosos hablan sin ningún pudor. Quizá esa personalidad introvertida está en coherencia con la disputa sobre lo que es prohibido y lo que no es aceptado, y una forma de mostrar su rechazo a estas normas sociales es transgrediendo los tabúes y llevándolos al límite.

Pero no con todos los miembros de la familia se habla del incesto. La madre, en la gran mayoría de momos que hablan sobre ella, es un ser que merece un gran respeto por parte de los grasosos (**Momos 33-35**). Este es quizá de los hallazgos más interesantes, darse cuenta de que el culto a la madre repercute de lo offline a lo online demuestra la importancia que tiene esta figura familiar en la vida de un grasoso promedio. Es la madre (a pesar de ser mujer, teniendo en cuenta la forma en la que las tratan) quien provee en el hogar, quien cuida de su hijo y quien soporta los maltratos de su padre. En muchos casos, la madre es representada incluso como una heroína.

El padre, por su parte, es por lo general una figura ausente. En los casos de los momos en los que es el protagonista, generalmente se muestra como un ser violento o apático con sus

emociones, se le representa como aquel que golpea a la mamá y es la viva manifestación del machismo (**Momos 36 -38**). Así, es curioso cómo los grasosos hallan mayor respeto en la figura de la madre pero muchas actitudes machistas son tomadas de una figura de padre.



Momo 33. Ejemplo de momo en la que la madre vela por la familia (03.23.2019)

Momo 34. Ejemplo de momo en el cual se guarda respeto hacia la madre (03.07.2019)

Ahora bien, con respecto a los amigos, las pocas menciones que pueden hacerse a ellos generalmente se dan en eventos nostálgicos. No se muestran muchos momos ejemplificando actividades entre amigos asistiendo a fiestas por ejemplo o realizando actividades de experimentación con el licor u otro tipo de drogas. Ello también evidencia que la amistad en los miembros de la grasa no es tan relevante en la vida cotidiana offline como sí puede serlo en la vida online. Generalmente, un grasoso tendrá otro amigo grasoso con quien pueda compartir en la vida offline (fue esto recurrente en Daniel, Holsen y Fabio), pero el círculo al menos en la cotidianidad no va más allá de eso. Cuando le pregunté a Fabio sobre sus amigos en la escuela, él mencionó:

> No me importaba, perdí amigos [en la escuela] y a día de hoy no nos hablamos (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).



Momo 35. Ejemplo de momo de respeto hacia la madre (03.07.2019)



Momo 36. Ejemplo sobre la falta de afecto por parte del padre (03.13.2019)



Momo 37. Ejemplo sobre la violencia del padre (01.09.2019)



Momo 38. Ejemplo de momo sobre la defensa hacia la madre (03.07.2019)

Así, la comunidad de la grasa se convierte para ellos en una especie de segunda familia y se pueden conseguir personas con quienes se pueda socializar allí, no obstante, la personalidad del grasoso promedio pareciera no estar muy emparentada con ser amistoso o amigable, en cambio, un grasoso se identifica más con una personalidad callada e introvertida que se contrapone a la posibilidad que ofrecen los momos y la comunidad para expresar su forma de ser y de vivir a través del humor negro.

4.3.2.4. Otras situaciones de la vida cotidiana

Aunque la sexualidad y la familia son contenidos recurrentes en los momos si a la vida cotidiana nos referimos, hay otras temáticas que muestran una realidad vivida por los miembros en su día a día. Muchos de ellos que todavía siguen en la escuela publican momos con este contenido (**Momo 40**), otros, que ya se han graduado, publican sobre la vida laboral. No obstante, de aquello que prefieren hablar tiene que ver mucho con sus gustos, de donde salen por supuesto las referencias para los momos: los videojuegos, la industria cultural y, por supuesto, la nostalgia de lo vivido en la infancia.

Con respecto a la escuela, lo que se cuentan son anécdotas de clase o del recreo, en ocasiones travesuras o situaciones que pudieran ser compartidas por otros miembros, como lo que comen en el recreo por ejemplo. Por su parte, cuando se habla del ámbito profesional, está siempre presente la idea de que trabajar en McDonald's es un destino previsible cuando se estudian carreras muy populares, como por ejemplo Diseño gráfico (**Momo 41**).



Momo 39. Momo en la escuela (07.11.2019)



Momo 40. Momo sobre vida laboral y referencia a McDonald's (01.07.2019)

Sobre videojuegos, hay que recordar que la cultura friky sienta las bases de la comunidad, por lo que muchos de los miembros son aficionados a los videojuegos y es normal observar referencias a ellos, como por ejemplo Minecraft (durante un tiempo, este videojuego se convirtió en un meme para identificar a los de nacionalidad española, porque solo se veían videos de españoles jugando Minecraft en YouTube).



Momo 41. Ejemplo de momo sobre Minecraft (videojuego) (03.27.2019)



Momo 42. Ejemplo de nostalgia (recordando una serie de TV) (03.13.2019)

Frente a los videojuegos hay disputas, ya que los gustos determinan la discriminación hacia otros, no obstante, son comunes los juegos multijugador, en los que los grasosos socializan con personas en la red. Este es otro escenario que llama mucho la atención, ya que la socialización que pareciera ser escasa en la vida offline se muestra más recurrente en la vida online gracias a los videojuegos. Como anécdota, Holsen interrumpió la entrevista conmigo por irse a jugar PUBG[54]:

> Jack: Tranquilo, si quieres igual seguimos hablando mañana
>
> Holsen: Si bro, mejor. El PUBG anda emocionante jajajaj, ando aprovechando mis vacaciones xD (Holsen, comunicación personal, 7 de agosto de 2019).

Los videojuegos también hacen parte de la nostalgia, al igual que los programas vistos en la televisión y los recuerdos de lo que era SDLG en sus mejores tiempos. La nostalgia juega un papel muy importante en la comunidad al punto de que un grupo completo de grasosos (como Guerocs) sigue perteneciendo a la comunidad solo por lo importante que fue para su vida en el pasado. El hecho de ser nostálgicos lleva en el fondo a reconocer que muchos grasosos están creciendo y que han pasado a una etapa de la vida más allá de la infancia.

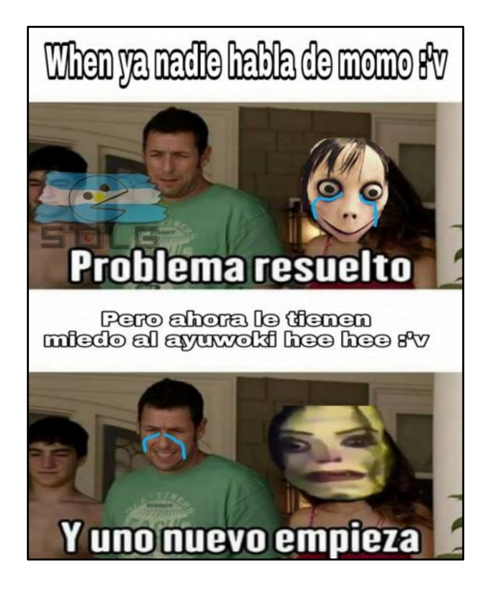
[54] Playerunknown's Battlegrounds. Videojuego estilo Battle Royale.

Reconocen que ahora son más grandes y que su vida cambia, no obstante, mantienen su identidad grasosa.

Finalmente, pero no menos importante, está la relación directa entre un grasoso y los contenidos de la industria cultural. Si bien todos los momos están atravesados por referencias a la cultura popular mediática, también están los contenidos que aluden, critican o resaltan ciertos referentes. Así, por ejemplo, en su tiempo, ciertos youtubers eran reconocidos de forma positiva, otros contenidos son vistos a modo de burla (como el anime o cierta música) y otros en cambio son motivo de culto. En este campo incluyo además una tendencia que también se presenta en la comunidad y es la de crear momos a partir de noticias de actualidad o seguir mames[55] surgidos en la internet (como el famoso Ayuwoki[56], el «Momo Challenge»[57] –que no es el mismo meme grasoso– o el de Ricardo Milos[58]).



Momo 43. Ejemplo en el que un grasoso resalta los mejores youtubers bajo su concepto (08.10.2017)



Momo 44. Ejemplo de referencias al mame del «Momo Challenge» y del «Ayuwoki» (03.18.2019)

Como se observa en esta última parte, los límites entre lo offline y lo online se van difuminando. Hay algunos aspectos que se transfieren de lo offline a lo online de forma

[55] Mame: tomar un contenido viral y «jugar» con él hasta sobreexplotarlo.
[56] Meme del mes de marzo que era más bien una leyenda de la red que mostraba a una especie de entidad sobrenatural con la forma de Michael Jackson. El nombre proviene de pronunciar mal la letra («So, Annie are you ok») de la canción *Smooth Criminal* (ABC, 2019).
[57] Una imagen sobrenatural que representa a una entidad que invita a los adolescentes a realizar retos que incluyen daño autoinfligido o suicidio (BBC News Mundo, 2018).
[58] Básicamente, un brasileño bailando en tanga (Karduke Wolf, 2019).

transparente (como las anécdotas cotidianas); sin embargo, otras situaciones parecieran estar mucho más mediadas por el humor negro y se empieza a disolver el verdadero propósito, como sucede con los tabúes. Al final lo único que se puede comprender es que sea una transición transparente o no de las referencias de la vida cotidiana, el fin último es reírse y, si en el camino ello lleva al límite la tolerancia o el respeto hacia ciertos temas delicados de la sociedad, mucho más humor genera para los grasosos.

4.4. Los no grasosos (el ellos)

La identidad de una comunidad se define no solo con un «nosotros», sino también con un «ellos», una contraparte que defina a la otra y establezca sus límites en términos culturales. Al ingresar a SDLG, noté que había una muy marcada diferenciación y burla hacia ciertos grupos; no obstante, conforme fui conversando con miembros de la comunidad fui dándome cuenta de que el «ellos» no era un concepto tan alejado del «nosotros», al fin y al cabo muchas de las comunidades que eran motivo de los momos en SDLG también pertenecían a ella.

Sí es importante identificar aquellos puntos en los que un grasoso se diferencia de, por ejemplo, los demás autistas (especialmente Legión Holk), de los normies, de las unikks, de los otakus y de otros más. De nuevo, históricamente la lista ha sido amplia, pero para el momento de mi ingreso a la comunidad estos grupos fueron los más nombrados en sus ataques o formas de exclusión. Profundizaré en los grupos mencionados a continuación.

4.4.1. Los otros autistas

Como he mencionado en diferentes apartados, SDLG no fue el único grupo autista surgido en estos últimos años. El origen del autismo en la red a nivel latinoamericano tiene como pionero principal a Seguidores de la Grasa, pero el auge de estos grupos se debe a que convergió una generación de niños y adolescentes con ciertas particularidades, intereses y referentes compartidos (también ya mencionados al hablar del «nosotros» y de la historia)

en un momento en el que la cultura troll y los memes estaban en crecimiento. Esto tuvo como consecuencia una guerra constante entre los grupos surgidos, muchos de los cuales perecieron y otros tantos siguieron en pie.

Uno de los grupos más importantes pioneros del autismo y que dejó su existencia fue Secta MOA, considerado como el «primer grupo polémico de la Internet». Inició como una página de aficionados a Pokémon en 2012 y sus contenidos fueron variando al punto de empezar a compartir humor negro y realizar ataques a otras comunidades. Según se comenta en la cuenta El Vigilante de YouTube (2019), Secta MOA fue el iniciador de lo que hoy en día se conoce como el autismo y su «dialecto», convirtiéndose en el grupo polémico más grande. Los ataques entre autistas, sumado al suicidio de un joven anunciado dentro del grupo ocasionó su cierre, por lo que Mr. Graso tomó su lugar.

Desde entonces, SDLG se convirtió en la comunidad «polémica» más grande de la región, asumiendo en parte el legado de Secta MOA. No obstante, ello implicaba competir en popularidad con muchos otros grupos que compartían ese legado del autismo, dentro de los cuales se encuentran Secta 100tifik, Momos Corp. y, especialmente, Legión Holk.



Momo 45. Momo sobre ataque a canal de YouTube Badabum.
Ejemplo de cómo ven a Legión Holk (08.20.2018)

Podría decirse que en reputación Legión Holk es el grupo más conocido de autismo después de SDLG, sin quitarle mérito a Secta 100tifik o Momos Corp., que también cuentan con una gran cantidad de miembros, pero cuya representatividad no es tan alta en hechos relevantes tanto dentro de la comunidad autista como por fuera de ella. Legión Holk ha sido responsabilizada de una gran cantidad de ataques de odio a muchas comunidades y en otras ocasiones ha reivindicado casos de violencia (como matanzas, violencia de género, tiroteos en escuelas, etc.) a través de hashtags y publicación de momos. La verdad es que nunca ingresé a la comunidad por el hecho de que tenía las mismas normas de rigor para que los nuevos pudieran acceder y tomaría mucho más tiempo para llevar a cabo la investigación el adaptarme a sus prácticas, por lo que le dejé a los grasosos que narraran qué era para ellos un holkeano:

> Holk y la Grasa fueron los «fundadores» del humor negro [...] los odiaban porque usaban emojis y ser maricas xd. Y debo confesarte con mi total sinceridad que con los que me he hablado del grupo de holk me han dicho que querían verme el pene y cosas así (Holsen, comunicación personal, 7 de agosto de 2019).

La anécdota contada por Holsen es tan solo su experiencia (no podría asegurar que todos los holkeanos sean homosexuales), pero sí hay un imaginario dentro de la grasa según el cual todo holkeano es gay (coherente con la homofobia de la comunidad). Una interacción a momos (**Imagen 14**) representa cómo es que SDLG ve a los holkeanos.



Imagen 14. Interacción a una publicación gay, haciendo alusión a Legión Holk (01.21.2019)

Lo que hallé dentro de la investigación con los usuarios es que no hay una clara razón por la cual el odio hacia Legión Holk sea evidente. Por lo general, los usuarios con quienes conversé coinciden en que los de Legión Holk son gays, que usan emojis y que roban contenido de las comunidades:

> Los holkeanos eran pertenecientes a un grupo de Facebook llamado «Legión Holk», robaban ideas, momos, y eran como una competencia por quién hacia los mejores momos (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

Otro comentario respecto a esta comunidad lo plantea Daniel, quien reafirma la idea de tratarlos como gays pero, para él, además no son considerados autistas:

> A Legión Holk lo llevan mal, los tratan de gays, creo que es porque en esos grupos permiten emojis […]. En SDLG sí permiten el Pacman. Se hace llamar autismo […]. Según los grupos, es como que no les gustan los emojis, no usarlos para absolutamente nada […]. Los grasosos sí [son autistas], […] Legión Holk no (Daniel, comunicación personal, 12 de mayo de 2018).

Lo que se evidencia en este y en otros aspectos que definen a un grasoso es que, con respecto a su historia, hay muy poca claridad y lo que importa es el presente. El agonismo, documentado como fenómeno habitual en estos espacios de interacción entre culturas en la red (Milner, 2016), se presenta entonces de dos maneras: de forma externa (con los normies, ya se hablará de ellos a continuación) y de forma interna, con grupos autistas que difieren de la forma más adecuada de serlo. Que al antagonista dentro del autismo lo caractericen como homosexual habla de nuevo de la prevalencia del hombre heterosexual como figura de poder en la sociedad y la forma de reivindicarlo, quizá no conscientemente por ellos, pero sí como un trasfondo propio de nuestro contexto social local y global.

Si SDLG es la comunidad buena, la que vale la pena, debe haber una contraparte dentro de su misma cultura, y esta es Legión Holk, a quienes se les atribuye varios de los rasgos que no debería tener una comunidad autista, al punto de que algunos miembros ni siquiera la denominen así. De este modo, la misma comunidad de la grasa construye su identidad diferenciándose de su competencia, con quien riñe en términos de popularidad y miembros. Los ataques fueron constantes y en muchos foros de Internet se muestran estas discusiones

por el simple hecho de que uno lleva en su identidad el #HailGrasa mientras que el otro se enorgullece de mostrar su #HailLH.

4.4.2. Los normies

Si hubiera que buscar un antecedente de las comunidades autistas habría que remontarse a foros de internet como 4chan, Reddit o Tumblr. En estas comunidades de habla inglesa, miles de usuarios publican contenidos de forma anónima sobre multiplicidad de temas, pero dentro del vasto universo de individuos que en este ciberespacio interactúan hubo una convergencia en la que grupos *trolls*, *incels* y hasta *alt-rights* se combinaron en una comunidad que iba en contra de todo lo que estuviera a favor del sistema, de lo cotidiano, de lo que debe ser, pero con un común denominador mayor: su «ágora» se encuentra dominada por hombres (lo que se conoce como la manosfera) (Nagle, 2017).

De estas comunidades, surge un término clave que define no solo la contracultura de esta generación heredada de los foros anglosajones, sino también latinoamericana: los «normies». En Internet, el Urban Dictionary define un normie como «una persona que gravita según los estándares sociales, las prácticas aceptadas y las modas de su propio tiempo y agrupación geográfica sin perspectivas culturales más amplias de las que se basa» (Cacophony of discourse, 2016). Fabio, por ejemplo, los define así:

> Es una persona normal, o sea, usa emojis, le gustan cosas como el reguaeton, música de banda, o ve cosas genéricas. Los grasosos son un poco intelectuales, y muy engreídos. Llamarán normie a todo lo que no sea como ellos (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

Por su parte, Daniel es más concreto:

> [Los normies] son los que publican cosas de fútbol electrónica, como lo común (Daniel, comunicación personal, 12 de mayo de 2018).

La influencia de foros anglosajones en SDLG y en las comunidades autistas es innegable, y uno de sus aportes más relevantes es señalar que el concepto de normie diferencia a un

«ellos» completamente situado en la convención social –en lo que dicta la norma o en lo que plantea la moda– de un «nosotros» –aquellas comunidades, muchas de ellas engendradas en la internet, que van en contra del sistema, que repudian las dinámicas de las redes sociales en lo que lo más importante resulta el número de likes, etc.–.

La manifestación contracultural en este nuevo siglo no solo se presenta a través de colectivos cuya ideología se basa en partidos políticos o reivindicación de derechos de minorías o comunidades oprimidas, sino que también hay movimientos, menos organizados seguramente, con formas de pensar que van en contra del estilo de vida contemporáneo, centrado en el consumo de los productos populares, de las tendencias y de la poca crítica frente a las dinámicas vendidas por los medios masivos de comunicación.

El término normie distingue entonces, en nuestro contexto, de aquellos que son «normales» frente a aquellos que no lo son: los autistas. Por ejemplo, como se evidencia a continuación en el **Momo 47**, un rasgo propio de los normies es que no entiendan los momos, lo cual indica que hay una distancia entre el autismo y esta población de usuarios en la red.

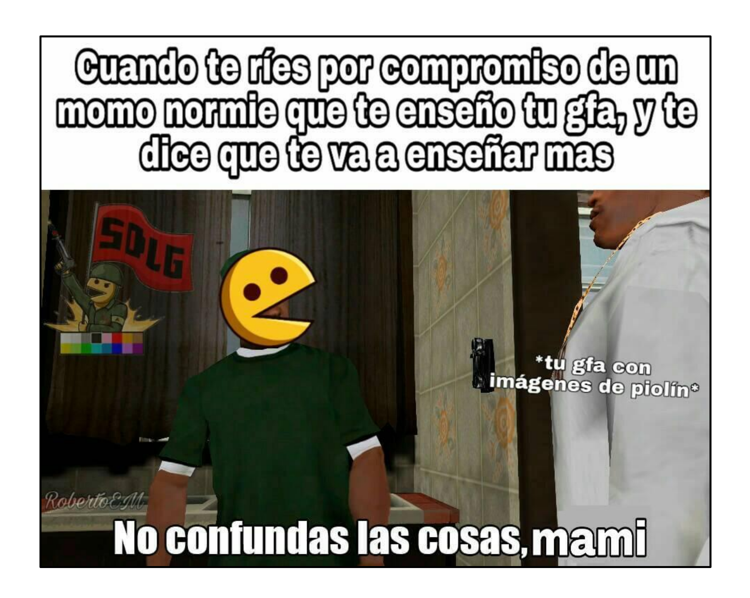


Momo 46. Momo acerca de cómo los normies no entienden los momos (07.23.2018)

En SDLG, sin embargo, este término no es tan común como en otros espacios, lo que no implique que no haya una clara diferenciación frente a ello. Recordando las normas de la comunidad, el punto 12 cita:

> 12. No se permitirá el término normie puesto que es usado por danks que solo buscan molestar a los nuevos miembros (Normas de la comunidad, marzo de 2019).

No pude encontrar una respuesta que explicara con más detalle esta norma; sin embargo, parece indiscutible: los nuevos miembros son entendidos en el fondo como «normies», como individuos sin una formación autista, sin los principales elementos identitarios de la comunidad, sin ese aprendizaje previo del lenguaje, de los momos, del ellos y del nosotros que les permite comunicar unas ideas comunes con lo contracultural, con lo que va en contra de los valores sociales prestablecidos. Lo que busca la comunidad con esta norma es que al final los nius se acojan a la filosofía grasosa sin ser estigmatizados, casi que acogiéndolos y enseñándoles el camino a seguir.



Momo 47. Reacciones a momo normie (01.09.2019)

En suma, el término «normie» es el rótulo que se le puede dar a aquel individuo que no pertenezca a la comunidad SDLG ni a la cibercultura autista (como los padres, por ejemplo, en el **Momo 48)**. No es una construcción propia de los grasosos, pero sí es propia de la herencia anglosajona, que permite diferenciar a quienes siguen las tendencias y los estándares sociales. Como se asume que muchas de las personas no pertenecientes a SDLG provienen de este entorno normie, resulta coherente que la comunidad vete la palabra para evitar la discriminación de nuevos miembros que quieran encontrar su lugar en el mundo;

sin embargo, esto no significa que el término no permanezca tácito al momento de publicar momos o de describir a los otros, a los que no son como los grasosos.

4.4.3. Las unikks

Las mujeres definen mucho la forma en la que los grasosos construyen su identidad. En general, como se mencionó anteriormente en **§4.3.2.2.**, hay una cierta forma de discriminación hacia la mujer a través del humor (ya sea solo por reírse o no) que parece proyectarse a escenarios más propios de la vida cotidiana del grasoso promedio. Al ser un grupo en el que predominan los hombres, la relación con las mujeres, según lo que se evidencia, está marcada por la sexualidad (ya sea por el porno o por la «elfa») y la prevalencia del poder masculino sobre el femenino (manosfera), pero las relaciones afectivas también son relevantes, todavía más si se piensa en la etapa de la vida en la que se encuentran los grasosos, en la que se experimentan nuevas emociones.

Hay mujeres dentro del grupo, por supuesto, a quienes suelen hacerles bromas con respecto a que su lugar es la cocina haciendo sándwiches, pero, de nuevo, según ellos, es simplemente humor. No obstante, también hay grupos de mujeres que en definitiva no se ajustan al estándar de «elfa» que se muestra en sus contenidos. Un momo de hace algunos años (**Momo 49**) distinguía entre aquellas que decían «elfo» en vez de «lince» para referirse al hombre y le atribuía algunos aspectos, digamos, positivos: las que utilizaban bien la palabra (elfa es solo para mujeres, lince es para hombres) tendrían las características propias de una mujer grasosa y una especie de permisos especiales, mientras que las que no lo hacían bien eran consideradas nius, más cercanas a lo normie o a una categoría que surgió más adelante pero que asocio ahora: las únicas y diferentes.



Momo 48. Los tipos de elfa (08.05.2017)



Momo 49. Las siempre memeras, nunca inmemeras (unikks y detergentes) (03.13.2019)

Las únicas y diferentes, también llamadas uniks y detergentes, unikks, siempre memeras nunca inmemeras, memeras nivel 100, etc., son un conjunto heterogéneo de mujeres de más o menos la misma edad de los grasosos que consideran tener gustos tan particulares que las hace diferentes y especiales, pero que en el fondo, para los grasosos, son gustos tan normales que terminan siendo una simple tendencia o moda. Por lo general, este conjunto de mujeres unikks buscan proyectar una imagen de rebeldía pero intelectualismo y sensibilidad, por lo que combinan figuras de la cultura masiva del cine como Harley Quinn (importante para los grasosos, pues se emplea un icono de este personaje para plasmar a las unikks en los momos); grupos musicales de rock, metal y punk; gustos particulares por lo oscuro, lo melancólico y lo que pareciera salirse de la norma (pero que para los grasosos en definitiva no lo es).

Físicamente, los grasosos las identifican como mujeres que en promedio son «chaparritas» y «prietas», es decir, se les ve como mujeres no tan atractivas y que por lo mismo resulta contradictorio el hecho de que quieran verse tan diferentes con gustos que asocian a otro tipo de mujeres. Lo anterior contribuye a centrarme en la idea de que para los grasosos las unikks hacen parte de los otros por el simple hecho de que quieren mostrarse diferentes

pero esa postura frente a la vida sigue siendo normal. En otras palabras, creerse diferente es una forma más de verse normal, pues todos los iconos y referentes de rebeldía de la cultura popular son al fin y al cabo compartidos por un mismo grupo de personas (representado en este caso por las unikks) que quieren proyectarse como antisistema, pero en el fondo son parte de este.

Como se observa en el momo anterior (**Momo 50**), una de las formas de caracterizar a esta población es su gusto por los memes, al punto de caracterizarse como memeras, seguramente también por la asociación que se tiene de que ciertos grupos memeros dentro de los adolescentes proyectan algo de rebeldía. No obstante, para los grasosos que estas mujeres se consideren memeras sigue siendo reprochable, puesto que sus memes van más hacia el espectro de lo normie y no tienen rasgos de un momo con su humor y características particulares. De hecho, uno de los eventos que marcó esta forma de pensar tiene que ver con la caída del grupo de Miltoner. En palabras de Holsen:

> Miltoner es una página de Facebook a las niñas, que comparten imágenes de chicos y frases pendejas con emojis xd. Lo atacaron porque robaba memes de la grasa y los hacía pasar como suyos [sic] (Holsen, comunicación personal, 7 de agosto de 2019).

En 2017, grupos autistas decidieron atacar la página de Facebook de Miltoner porque, según ellos, les robaba contenido y lo hacía pasar como propio, con el agravante de que incluía emojis y adaptaba la información para una población femenina, de modo que proyectaba una falsa rebeldía sin el significado propio que los grupos autistas querían mostrar con sus momos. A mediados de ese año el grupo de Miltoner cayó por las denuncias y los trolleos no solo de SDLG sino de otros grupos autistas, un hecho que seguramente fue de los últimos triunfos del poderío de la comunidad en la red.

Lo anterior refleja la importancia ideológica que tienen los momos en la comunidad SDLG y, por extensión, en la cibercultura autista. Los momos son un rasgo identitario clave que, si bien está sujeto a una copia constante por parte de los diferentes grupos, el límite llegó cuando estos momos eran utilizados con otros propósitos en los que se desdibujaba el pensamiento y la filosofía de la cibercultura –el carácter ambivalente planteado por Milner

(2016)–. La caída de Miltoner y la caracterización de las únicas y detergentes es una postura radical de la comunidad frente para lo que ellos sería una pseudorebeldía, una forma de proyectar estar en contra de cierto ethos pero que en el fondo es una manifestación más del mismo. SDLG como representante de la cultura autista, a su manera, mostró cómo la identidad, incluso en los adolescentes, es un asunto más profundo, que no se negocia y que, a pesar de que pueda ser multifacética, tiene unos límites definidos por los mismos miembros a través de sus discursos.

4.4.4. Otros

De los otros autistas, de los normies y de las unikks se puede resaltar el hecho de que, al menos en lo esencial, hay una clara distinción entre los grasosos y los demás. Por un lado, los grasosos se distancian de los holkeanos porque estos últimos son gays, roban contenido y, según algunos miembros, utilizan emojis a pesar de ser autistas. Frente a los normies, hay una clara diferenciación que viene desde una contracultura anglosajona troll que categoriza a todo aquello que se rige por la tendencia y el sistema de vida actual basado en la popularidad, vanidad y redes sociales como «normie», asumiendo que, para comunidades como SDLG, lo que es «normal» no es admitido y, por el contrario, motivo de burla y reproche. Finalmente, las unikks son el fiel reflejo de que la rebeldía y la resistencia frente a los aspectos normies no son un asunto de posar, sino de serlo. El humor es parte de la identidad de los grasosos pero porque es una forma de manifestar su rechazo o comunión con ciertos aspectos de la vida actual, y simular originalidad para no mostrarse como una persona normal en el fondo es una manera más de ser normie.

Sin embargo, definir la identidad, desde lo que observé, se puede definir por parámetros estrechos pero también por parámetros amplios. Por un lado, los parámetros estrechos los defino como aquellos que distinguen a la comunidad de las demás; mientras que los parámetros amplios los defino como aquellos que distinguen a la comunidad dentro de sí misma, partiendo de la base de que su heterogeneidad los diferencia pero están dentro de una misma comunidad con unos patrones y normas muy claras.

Como ya hablé de los parámetros estrechos evidenciados en los otros autistas (uso del lenguaje y tendencia sexual), en los normies (formas de ver el mundo y habitar en el sistema social) y en las unikks (falsa rebeldía), en este apartado me dedicaré a ocuparme otro tipo de personas que pertenecen a la comunidad pero que en el fondo tienen unas particularidades que dentro de esta resultan motivo de burla o discriminación. Me referiré entonces a tres grupos: los otakus, los marranos (y los cristianos), los futbolistas y otras formas de placeres culposos, especialmente porque muchos de los grasosos tienen gustos en su intimidad que no revelan a la comunidad por la misma dinámica de criticarlos. Fabio lo explica al hablar de los otakus, por ejemplo:

> Si, [hay otakus] del clóset y también a los que no les importa decirlo (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

4.4.5.1. Los otakus que huelen a obo

Un grupo vilipendiado continuamente por el grasoso promedio dentro de la comunidad es el de los otakus. También llamados pvtakus, son el grupo de personas que gustan del manga y el anime; sin embargo, son caracterizados de una forma particular por la comunidad. Para el grasoso promedio, el otaku es aquel individuo situado en el espacio más marginado de la comunidad, dado que es extraño y asocial, lo que lo lleva a asumir comportamientos como por ejemplo el desaseo.

En los momos, los otakus son presentados con la peluca de Naruto, serie de anime, y por lo general sus contenidos hacen alusión directa a su «olor a obo»[59] o a la falta de higiene. Muchos grasosos son fanáticos del anime y el manga pero procuran ocultarlo, casi como una especie de placer culposo, pero en el fondo muchos de ellos pertenecen a esa cultura friki y dentro de sus gustos particulares se encuentra este tipo de entretenimiento, de hecho hay una extensión del grupo cuyo nombre es Anime de la Grasa.

[59] Esta expresión parece provenir de un juego de palabras a modo de broma para describir un olor particularmente difícil de explicar. Quien inicia dice «huele a obo», para que otra persona responda «qué es obo» (que suena similar a «qué sobo»), a lo que el otro interlocutor responde tomándose la entrepierna diciendo «soba esta».



Momo 50. Sobre lo extraño que resulta para un otaku bañarse (02.05.2019)



Momo 51. Otaku dormido en tutorial de higiene (03.23.2019)

4.4.5.2. Futbolistas drogadictos y el gusto por lo normie

El fútbol es el deporte más popular del mundo y en Latinoamérica lo es todavía más. Resulta difícil para muchos de los grasosos no estar influenciados por esta cultura futbolística; sin embargo, no es muy usual ver publicaciones referidas a este tema. De hecho, muchos miembros de la comunidad podrían decir que el gusto por el fútbol es más normie que autista, como lo apunta Daniel:

> [Un normie es aquel que usa] los filtros de Snapchat, esas publicaciones de «yo no juego fútbol con los pies sino con el corazón», y las únicas y detergentes (Daniel, comunicación personal, 12 de mayo de 2018).

Aunque desde mi observación estoy de acuerdo con esa afirmación, los incluyo en esta categorización identitaria amplia que distingue al «ellos» básicamente porque, como con muchos otros asuntos o gustos, hay una extensión dedicada exclusivamente a este contenido (Fútbol D.L.G.). Hay entonces como con otros temas una ambivalencia que inserta por dentro y a la vez por fuera a un grasoso dentro de la cibercultura autista, combinando elementos de lo normie y de lo contracultural al mismo tiempo. En palabras de Fabio esta situación identitaria resulta más comprensible:

> Los grasosos son un poco intelectuales, y muy engreídos. Llamarán normie a todo lo que no sea como ellos [...]. En el fondo les gustan unas de estas cosas, pero siempre tratan de mantener el perfil de grasoso (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

Lo anterior no aplica solo con el fútbol, también sucede en gran medida con la música, los videojuegos y otros escenarios culturales asociados al entretenimiento. El hecho de que haya grasosos que gusten del fútbol o de cierto tipo de música popular (como el reguetón o el trap, por ejemplo) para un grasoso promedio es motivo de burla y crítica a través del humor en los momos publicados, por lo que estos placeres culposos normies se mantienen en la intimidad de los miembros.

Ahora bien, el punto central del mame a este tipo de gustos parte de la pasión desenfrenada de los usuarios hacia ellos. Con el fútbol, por ejemplo, es muy notorio ver en la comunidad momos en los que traten de drogadictos y de gays a los entusiastas del fútbol. En otras palabras, asocian el fanatismo a una droga:



Momo 52. Momo que describe a un futbolista para un grasoso (03.07.2019)

En cuanto a la música, la situación es más compleja. Pareciera no haber un consenso sobre la música en general y ello se evidencia en la falta de momos para referirse a ella; sin embargo, cuando se publica contenido al respecto, generalmente se hace para criticar un

determinado género. Fabio al respecto comenta que ciertos géneros musicales se asocian a lo normie:

> [Un normie] usa emojis, le gustan cosas como el reguaeton, música de banda, o ve cosas genéricas [sic] (Fabio, comunicación personal, 6 de agosto de 2019).

Del gusto particular musical de los grasosos resulta difícil asegurar algo. Me atrevería a decir que sí hay un tipo de música mejor valorada que otra, pero en mi experiencia y conversación con los miembros de la comunidad no salió en ningún caso este punto con relevancia. Lo que sí es posible afirmar es que en SDLG hay un espacio para los intereses normies, pero ellos deben permanecer ocultos, en el clóset o destinados únicamente a sus extensiones, ya que en el grupo principal se corre el riesgo de ser categorizado como un niu, normie o estigmatizado como se hace con los otakus o futbolistas.

4.4.5.3. Cristianos y marranos

Finalmente, para hablar de este último tipo de individuos que están en ese limbo de pertenencia y no pertenencia a la comunidad, se encuentran aquellos a quienes suelen denominar marranos y una contraparte a modo de parodia, los cristianos. Para comprender el origen de estos individuos habría que remontarse brevemente a la historia en la que en SDLG se publicaba CP *(Children Porn)*, práctica que luego fue prohibida e incluso censurada al punto de convertirse en un acto reprochado al menos en la visibilidad de los momos.

El atributo de «marrano» es más que diciente: se refiere a aquellos que de una u otra manera insinúan en momos o interacciones algún interés hacia la pornografía infantil o contenido sexual prohibido. Como recurso para contrarrestar la difusión de estas prácticas, los mismos miembros de la comunidad han construido interacciones para responder a ellas, tomando como referencia un icono de casco medieval alusivo a los utilizados por los caballeros templarios en las cruzadas, asumiendo a modo de parodia un rol de cristiano defensor de la moral. De esta manera, aunque existen miembros en la comunidad con ese tipo de gustos reprobados por las redes sociales, el mismo grupo se encarga de hacer visible la desaprobación a estos contenidos:



Imagen 15. Interacción a un contenido que pueda relacionarse con pornografía infantil (30.03.2018)

El casco de caballero templario y su denominación de «cristiano» representa entonces algo muy interesante: la forma en la que los mismos grasosos asumen una conducta ética y moral «correcta» frente a ciertos temas que no deberían ser tratados en la misma comunidad, por el bien de esta y por su preservación. Obviamente, asumir ese rol de cristiano o de inquisidor es un recurso supremamente creativo para enmascarar su identidad iconoclasta y en contra de lo normativo. El grasoso puede asumir conductas que van en contra de su misma inmanencia para defender las normas de la comunidad, pero ello no significa que en el fondo no tengan este tipo de gustos.

De nuevo, como sucede con los otros rasgos amplios del «ellos», los grasosos se mueven entre lo que es autista y lo que no para determinados propósitos. Ningún miembro me confesó tener gustos relativos a la pornografía infantil y por obvias razones, de hecho tampoco era mi propósito preguntarles, porque su intimidad no parece estar involucrada en su identidad grasosa, a menos que se hable de decepciones amorosas, depresión o respeto hacia la madre (**§4.3.2.**). Lo que sí es posible concluir es que el conservadurismo no es tan visible en los grasosos, pero no habrá problema en que ciertos valores asociados a la preservación de las normas surjan a modo de cristiano que sirva para dejar en evidencia a los marranos que pongan en riesgo la comunidad.

4.5. La grasa hoy

Mi experiencia en la comunidad termina aquí. Luego de cerca de dos años de inmersión, salida a la superficie, dudas, investigaciones, conversaciones y sistematización de momos, interacciones y percepciones tanto propias como de los miembros que muy amablemente accedieron a permitirme conocer más de esta comunidad tan enclaustrada, me fui dando cuenta de que una cosa es lo que se espera al ingresar y otra muy distinta la que se logra al salir. Podría decir que me hubiera gustado aportar más a SDLG, pero no es fácil para un adulto normie decirles qué hacer o qué no hacer a jóvenes que están construyendo una identidad colectiva en la red, con todas las complejidades que ello implica.

Al final, espero que esta etnografía virtual pueda quedar como un registro de lo que fue una de las comunidades adolescentes más grandes de América Latina y de qué manera lograron comunicarse entre tanta heterogeneidad para convenir un conjunto de rasgos identitarios amplios y estrechos que los definan y distingan entre sus formas de pensar y de vivir en contraposición a aquellos que muy difícilmente encajan en su espíritu contracultural. Pese a la juventud de estos individuos, no cabe duda de que su posición política frente a lo «normal» determina que su entorno es ese espacio desde lo marginal en donde se enuncia históricamente ese lugar en el que lo que no se adapta del todo a las dinámicas sociales, culturales y comunicativas de la época termina hallando un espacio para hacer parte de este mundo globalizado.

Seguidores de la Grasa, herederos de una gran cantidad de repertorios culturales construidos en la internet, construyeron casi que un imperio en el que su forma de comunicación les permitió mostrarse entre ellos quiénes eran y quiénes no querían ser, no solo desde lo colectivo, sino también desde lo individual. Sin embargo, tal y como sucede con los movimientos culturales de entornos marginados su vida no es tan prolongada y, por diferentes circunstancias, Seguidores de la Grasa es una comunidad que está perdiendo tanto adeptos como popularidad, aunque ello no signifique que todo lo que han creado se perdió. A continuación, me gustaría cerrar con dos reflexiones en conversación con algunos de los grasosos con quienes tuve la oportunidad de hablar; por un lado, me referiré a la

actualidad de la comunidad y, por otro lado, dejaré en claro su legado no solo para su generación, sino para la cibercultura del meme en Latinoamérica.

4.5.1. La grasa ya no es lo que era (su actualidad)

Me gustaría citar, para empezar, a Mr. Graso en una de sus historias de Instagram:

> Los tiempos cambian, hay que avanzar, adaptarse y sobrevivir, así que la grasa sigue año tras año (Historia de Instagram del 30 de julio de 2019).

El año 2019 ha sido particularmente difícil para la comunidad. Las constantes caídas del grupo producto de los cambios en las normas y su rigurosa aplicación por parte de Zukaritas ha hecho que mantener unidos a sus miembros sea cada vez más difícil. Esto se suma a la migración que los usuarios están llevando a cabo hacia Instagram, en donde construir comunidad resulta más difícil pero acceder a contenido humorístico de memes es más fácil. Sobre estas situaciones, Guerocs plantea:

> Por cada vez que SDLG cae, se pierden más miembros, miembros fieles que se cansan del mismo ciclo de caer y levantarse. Además, como en este presente los memes es algo que todo el mundo tiene acceso entonces no es tan necesario estar en el grupo. Los miembros que ahora pertenecen a SDLG creo que lo hacen más por ser miembros de la comunidad y parte de sus extensiones (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

Los miembros que van quedando en SDLG están asentándose en Discord o siguen a sus administradores principales, Mr. Graso y Nadir Huerta, pendientes a que se cree en cada momento un grupo nuevo con la esperanza de que no caiga de nuevo. Pero SDLG no lucha solo contra esto. También está luchando con la madurez de innegable del paso del tiempo, que afecta a todos aquellos que disfrutaron de burlarse de todo y de todos en los viejos tiempos. Una publicación muy interesante que me atrevo a copiar y pegar textualmente por parte de Mr. Graso el 11 de julio de 2019 muestra la crisis de las comunidades autistas actualmente (los subrayados son hechos por mí):

> Tengan muy buenas tardes Grasosos/as. ES UN TEXTO LARGO ASÍ QUE SI NO QUIEREN LEER SALTENLO SIN COMENTAR (1 semana de silencio al que trollee).
>
> Como bien saben la plataforma sigue cambiando y hay que adaptarse como se viene haciendo hace un buen tiempo. Y no solo nos afecta a nosotros sino a un sin fin de comunidades. Igual siempre buscamos la forma junto con admins y mods para traerles grasa en sus inicios. Aunque hay demasiada gente que no apoya ni piensa hacerlo y solo esperan tener servido el grupo, igual seguimos adelante a pesar de la caca que tiran muchos exmiembros que no dimensionan que los cambios vienen de parte de la plataforma y no de nuestra parte.
>
> Ya es hora de dejar las peleas inútiles contra grupos o paginas (La grasa desde hace buen tiempo ya no anda en eso, mientras otros grupos viven tirando caca a la grasa). Si ya no te gusta la grasa eres libre de retirarte, pero calladito ya que a nadie le interesan tus berrinches. Un grupo no define tu nivel de madurez así que no vengan con sus "me salgo de la grasa porque madure". Tampoco vivan del pasado, si bien hace unos años fuimos un grupo algo tóxico hoy en día solo disfrutamos del buen humor y la pasamos bien aquí en nuestra grasosa casa. La Grasa seguirá por un buen tiempo aún pero necesitamos que APOYEN al 100% y no solo anden de exigentes.
>
> Necesito que me sigan en mis redes grasosas para poder traerles grasa siempre que se pueda y poder armar eventos grasosos en sus ciudades, quiero conocerlos y que me cuenten como llegaron a la grasa. Estoy como Mr Graso en Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, nada te cuesta crear una cuenta y seguirme por ahi para que estes al tanto de toda la info NO ES OBLIGATORIO.
>
> Muchas Gracias a todos/as los que en verdad apoyan y no son como aquellos que dicen apoyar y solo vienen a tirarte caca.

El texto es casi un manifiesto de supervivencia de una comunidad que se rehúsa a extinguirse por cuenta de los cambios en Facebook, cuyos antecedentes se relacionan directamente con la rentabilidad de la plataforma basada en su credibilidad, lo que incluye erradicar comunidades tóxicas que puedan afectar el entorno de los demás usuarios. Ello obliga a que deban «adaptarse» a unas dinámicas distintas, unas menos trolls, que ya hacen parte del pasado y que deben quedarse allí, según Mr. Graso, para seguir disfrutando de un buen humor, que al fin y al cabo es el propósito último de la comunidad según sus miembros (aunque en el fondo haya de por medio construcciones identitarias muy fuertes a través de su discurso).

Esta necesidad de supervivencia, en el fondo, es una manifestación de esta «modernidad líquida», en la que la cultura se define más en función del tiempo que perduran en vez del espacio que ocupan (Bauman, 2004). Asocio esta perspectiva propuesta por Bauman con ese afán de una cultura juvenil, que en muchos casos es efímera pero que su legado prevalece en el tiempo, de permanecer vigente y conservar su legado pese a la inseguridad y la fluidez de los tiempos, en lo que nada perdura por mucho tiempo y en los que es sumamente importante adaptarse a las dinámicas, especialmente virtuales, que son tan cambiantes y «líquidas» que se someten a unas lógicas que trascienden su cultura y se sitúan en una organización social, política y económica a la que precisamente pretenden resistir.

Después de ser publicado este texto, logré ingresar un par de veces más a la comunidad pero terminé perdiéndole el rastro en Facebook, al punto que hoy en día no estoy seguro de si siguen en funcionamiento. Sin embargo, ello no significa que Seguidores de la Grasa haya dejado de existir, de hecho, retomando lo dicho por Mr. Graso al principio de este capítulo, «la grasa es un estilo de vida» que ha quedado no solo en sus miembros más fieles, sino también en las manifestaciones comunicativas de las ciberculturas en América Latina.

4.5.2. El legado

Al preguntarle a Guerocs sobre la importancia de SDLG, me respondió lo siguiente:

> El legado de SDLG es una depuración de lo que fue popular o novedoso en distintas épocas. Porque aunque se quiera negar el legado de SDLG tiene depurado de cosas como Cuantocabron, Secta MOA, Legión Holk, Miltoner, 4chan, etc. etc. (Guerocs, comunicación personal, 2019, 8 de julio de 2019).

En efecto, SDLG logró ser la comunidad autista y de memes más importante de Facebook. Cuando otras comunidades cayeron, SDLG acogió a esos miembros y así se fortaleció esta cibercultura juvenil, mientras la plataforma de Facebook lo permitió. Ahora que es más difícil mantener las dinámicas de antes, lo que queda es, precisamente, una «depuración», una refinación de todos los aportes de la cibercultura autista que se ve materializada en los

momos como manifestación comunicativa y un lenguaje autista que ha dejado aportes en la red para comunicarse en diversos contextos.

Si se le preguntara a un joven usuario de la red con cierta afinidad a la cultura friki en América Latina qué significa el Pacman, seguramente sabrá que tiene un correlato con el humor, la burla o el sarcasmo. Del mismo modo, la palabra momo, la estructura de estos (el When… But…), ciertos estereotipos (como hacia las mujeres y su relación con la cocina, heredadas de ciberculturas anglosajonas) y un repertorio bastante amplio de términos quedarán disponibles para este entorno adolescente en la internet que, incluso, ya se ha transferido a generaciones más adultas. No puedo negar que incluso yo he usado el Pacman y una que otra palabra de su lenguaje con algunos de mis coetáneos. La influencia de SDLG, como de las demás comunidades afines al autismo, permitió expandir la cultura memera, una comunidad más amplia que valdría la pena estudiar, para aquel que se anime a incursionar en una diversidad todavía más extensa que con la que me topé al ingresar a la Grasa.

Para terminar, no quiero de ninguna manera realzar los comportamientos que en su momento tuvieron como comunidad los miembros de SDLG. Tampoco tengo como interés mostrar como algo relevante sus prácticas de humor negro enfocadas a la discriminación. Mi propósito fue procurar describir la manera en la que ellos han concebido vivir, identificarse y comunicarse. Frente a su forma de pensar tengo muchos reparos, de hecho, seguramente con quienes conversé no vuelva a hacerlo más, porque no tengo con ellos una afinidad. Sin embargo, respeto y valoro su forma de presentarse frente al mundo, resistiendo consciente o inconscientemente a las dinámicas que pretenden adaptarnos a un sistema social dominante en el que todos encajan de la misma forma.

5. Para no morir icnorado :v (conclusiones, recomendaciones y limitaciones)

5.1. Conclusiones

Retomando a Castells (2001), desde una perspectiva sociológica, todas las identidades son construidas. La pregunta es siempre cómo, desde qué y para qué. Como vimos a lo largo del texto, la identidad de SDLG y de sus miembros se construye desde el material audiovisual que toda una comunidad latinoamericana de adolescentes comparte hasta las vivencias típicas y en muchos casos estereotipadas de la realidad personal y global. La clave está, en el fondo, en la manera en la que estos grupos hacen uso de estos recursos y construyen sus propios significados vernaculares, que le dan sentido no solo a su forma de ver el mundo sino también cómo esto cala afuera de los propios límites de esa identidad colectiva construida.

Para ello, la realización de una etnografía que dé cuenta de los procesos comunicativos, desde una perspectiva sociocultural, es un aprendizaje no solo desde el contenido sino, sobre todo, desde el proceso. Entender la manera en la cual una comunidad y sus miembros construyen sentidos, entre ellos la identidad propia, es una tarea que toma, sobre todo, tiempo para describir la vida de los miembros en términos no solo de sus manifestaciones, sino también de su contexto, lo que Geertz (2003) llamaría una descripción densa.

Lo que se evidenció en Seguidores de la Grasa es que la identidad en la red, dentro de una cibercultura juvenil situada en las marginalidades de la internet, se construye a través de discursos vernaculares, creados por ellos y para ellos, de modo tal que a través de ellos le otorguen sentido no solamente a lo que viven en un entorno online, sino también para proyectar lo que afrontan en su cotidianidad offline. Contrario a lo que pensaría Han (2014),

por ejemplo, en esta investigación sí se evidencia una manera de congregarse, de ser un «hombre digital» imbuido en un *nosotros,* cuyo elemento central o tótem vendría siendo el momo con todas sus características ya mencionadas, a partir de las cuales se exterioriza una identidad que no es posible desligarla de la vida en sociedad offline, una que, paradójicamente, sí pareciera trasegar de forma solitaria el individuo. Así, se genera un ir y venir de identidades en las que la codependencia entre lo offline y online determina permea en definitiva sus discursos, que en últimas son sus momos, los que veneran y a su vez producen, y que les sirven como vehículo para presentar sus formas de pensar, de actuar y de vivir frente a situaciones propias de sus momentos y entornos de vida.

Un aspecto interesante es que Seguidores de la Grasa reúne gran parte de las características de una cultura juvenil, exceptuando la estética frente a la vestimenta y la corporeidad. Dada la ausencia de estas características, los grasosos, como muchas otras comunidades en la red, optan por darle mayor relevancia a su comunicación a través de los textos y los discursos que producen, por lo que el repertorio de contenidos y de signos es rico en análisis y comprensión. De hecho, resulta reconfortante el hecho de encontrar textos cuyos resultados son muy similares a los de esta investigación, como los de Ojeda Copa (2017) que, aunque en su estudio no concluye mucho en su aproximación a estos grupos autistas, sí abrió las puertas para que estudios como este permitieran dar mayor profundidad al fenómeno de estas ciberculturas y las identidades que se gestan en la red en grupos de adolescentes.

Teniendo esto presente, caracterizar y describir la comunidad SDLG en términos históricos hasta la actualidad me llevó a comprender, en primer lugar, que son la comunidad más representativa del autismo en la red, un pastiche de una gran cantidad de aportes de ciberculturas de contextos tanto latinoamericanos como anglosajones que, en últimas convergió en un discurso propio basado en dos recursos: el momo y el lenguaje autista. Por un lado, la estructura «When… But…» reapropiada para construir los momos permite vehiculizar contenidos de humor negro relacionados con situaciones cotidianas que rayan con el tabú y lo indignante, mientras que el lenguaje autista refleja a las claras una postura opuesta frente a lo normativo, burlándose de la forma correcta de escritura y divirtiéndose

con la misma lengua para construir sus propios significados, excluyendo toda forma de manifestación emocional a través de los emojis, excepto aquellos que evidencien risa o burla (el Pacman «:v» o la carcajada «xD»).

Si bien sus formas para comunicarse son ya de por sí recursos identitarios, estas son en últimas el resultado de un proceso para poder expresar sus vivencias cotidianas online y offline. Así, todo aquello que la sociedad actual reprocha, ensalza o intenta reivindicar encuentra un antagonista en grupos como los autistas, los cuales se valen del humor negro, muchas veces llevado al extremo, para incomodar, tocar fibras o simplemente divertirse. El *for the lulz* ha sido un fenómeno en la internet que ha marcado una forma de entender el mundo, reírse de algo porque sí, sin importar una razón o una justificación, es el centro de estas ciberculturas juveniles con herencia troll.

Lo que parece no decirse, al menos de forma consciente o explícita por parte de sus miembros, es que estos momos de humor negro lo que hacen es consolidar una identidad que en el fondo deja en evidencia una forma de vida de jóvenes, mayoritariamente hombres, que han tenido dificultades para socializar en la vida offline y que encuentran en una comunidad un desahogo frente a las dificultades de su edad, como los problemas familiares, el rechazo afectivo o la dificultad de socialización. Frente a ello, llama la atención cómo este grupo de SDLG, en coherencia con otros estudios en ciberculturas de foros en EEUU (Milner, 2016; Nagle, 2017; Phillips, 2015), manifiestan una profunda misoginia y homofobia, seguramente como mecanismo para reivindicar el poder masculino de la mayoría de los miembros por encima de los demás.

Frente a las dificultades de la vida, los grasosos se ríen de ellas, entendiendo su humor fundamentalmente en términos de superioridad (descrita por Hobbes) y de compensación (descrita por Nietzche) ante las desgracias de la vida (Gallud Jardiel, 2014). En el fondo, sus momos y su humor tienen un grado de verdad, pero difícil de concebir porque al fin y al cabo, así como con la identidad, las diferentes facetas que se asumen online u offline se entremezclan y el humor sirve como fachada principal para confundir entre ellas, sin comprometerse en absoluto con ninguna.

Por supuesto, sus formas de comunicación distinguen claramente entre un nosotros y un ellos que son, al final, las manifestaciones identitarias más evidentes de la comunidad a través de sus momos. Además de un nosotros basado en contenidos que buscan reivindicar el poder masculino y minimizar el femenino, la sexualidad es clave en la identidad de los grasosos. El culto a la masturbación, la alusión constante al incesto entremezclado con plantillas de caricaturas se convierte en una especie de paradoja que en el fondo logra su cometido: generar indignación en los normies.

Los normies, uno de los tantos «ellos» de los cuales se diferencian, son en el fondo de lo que los grasosos buscan distanciarse o rechazar. El autismo, cibercultura descrita en la tesis y a la cual SDLG se adscribe, está en contra, de todo aquello que siga las normas o el sistema social impuesto. Especialmente, aquello que tiene que ver con tendencias o modas orientadas a la rebeldía (como las uniks y detergentes) o las obsesiones con gustos populares (como el fútbol) son factores que determinan la identidad autista. Dentro de los mismos autistas, también hay un antagonismo, especialmente contra grupos que son una competencia en las dinámicas mismas, pero su forma de llamarlos es, de nuevo, haciendo uso de una superioridad del hombre, como sucede con Legión Holk, a quienes catalogan como homosexuales.

De todos modos, resulta difícil establecer una diferenciación clara entre el nosotros y el ellos. Al fin de cuentas, los grasosos sí tienen rasgos normies así no los digan, pues al fin y al cabo están inscritos en una cultura que arropa, desde los medios de comunicación y sus productos de entretenimiento, un repertorio de signos y referencias que son de las que ellos mismos se valen para construir sus momos. Es más, las extensiones de la grasa (grupos derivados del central, especializados en contenidos particulares) dan cuenta de la diversidad y heterogeneidad de la comunidad, por lo que difícilmente podría hacerse una descripción de Seguidores de la Grasa desde una identidad única.

Actualmente, la comunidad está desapareciendo, como toda cultura juvenil que se ve afectada tanto por la edad como por el cambio tecnológico y social. Sin embargo, su legado en especial en términos comunicativos ha traspasado la comunidad y actualmente la cultura

del meme en Latinoamérica tiene grandes influencias derivadas de la creatividad vernácula de ciberculturas autistas en la red como SDLG. Pese a que se pueden discutir muchos de sus contenidos, Seguidores de la Grasa influyó en una generación de jóvenes hispanohablantes usuarios de la red, al punto de, retomando las palabras de uno de los informantes, servir para depurar qué contenidos prevalecían y cuáles se perdían. Lo que queda es que la construcción de las formas de comunicación en la red son la suma histórica de herencias de diferentes ciberculturas, no solo las normalmente establecidas, sino también, y especialmente, de las marginadas.

5.2. Recomendaciones

Varias recomendaciones pueden quedar tras el estudio etnográfico de una cibercultura. En primer lugar, es importante reivindicar este tipo de estudios en tiempos en los que los análisis cuantitativos basados en la llamada *Big Data* predominan para servir al modelo económico que cada vez más se ve favorecido por la internet. Analizar los espacios intersticiales entre el sistema económico y la tecnología es en últimas observar cómo los usuarios se apropian de estos recursos para conformar comunidad y construir cultura, que es lo que al final prevalece si hablamos de las personas como seres sociales por naturaleza.

Entrando de lleno en la comunidad, recomendaría también, para quien pueda estar interesado en este tipo de estudios, profundizar en los nuevos movimientos de la cultura memética en América Latina, la cual tiene unas particularidades diferentes a las de cualquier otra parte del mundo. El compartir una misma lengua (el español), sumado a la fuerte influencia del inglés de EEUU, en coherencia con el contexto social, político y económico de nuestra región, más los cambios tecnológicos y la preferencia de ciertas redes sociales dependiendo de la generación (hoy hablamos más de Instagram que de Facebook) puede nutrir todavía más los aportes hacia una comunicación todavía más compartida entre América Latina.

En concordancia con lo anterior, estudios más allá de la cultura memética pueden concatenarse con otras culturas de la internet, como por ejemplo la de los videojuegos. La

nueva generación de jóvenes cada vez socializa más de forma oral y escrita, incluyendo memes en ello, a través de videojuegos multijugador al punto de construir un propio sistema de comunicación que parece trasladarse a diferentes juegos de forma más o menos similar. Lo mismo habría que pensarse en las manifestaciones lingüísticas de comunidades más marginadas, que seguramente tomarán como sustrato este lenguaje autista para elaborar sus propios repertorios.

5.3. Limitaciones

Es importante recordar que este proceso no fue un camino expedito y libre de sobresaltos. En primer lugar, la dificultad de trabajar con comunidades marginadas refleja que no es fácil conseguir informantes, más aún cuando el entorno para comunicarse con ellos ni siquiera es físico, por lo que ganar la confianza de la comunidad es difícil. Por ello, valerse de diferentes recursos y entender muy bien las dinámicas de la red son requeridas para llegar lo más lejos posible.

Para terminar, la diferencia generacional también es un factor clave. Como adultos, debemos tener en cuenta que se parte de la desconfianza al un adulto preguntar a un joven, por lo que no fue fácil llegar a respuestas en un principio y a lo que se conoce como *rapport*. Afortunadamente, hubo varias fuentes (internet, momos y testimonios) que contribuyeron a nutrir la investigación.

Referencias

ABC. (2019, March 13). Qué es «Ayuwoki», el meme que aterroriza y que la Policía califica de «historia absurda». *ABC Sociedad*. https://www.abc.es/sociedad/abci-ayuwoki-meme-aterroriza-y-policia-califica-historia-absurda-201903131342_noticia.html

Baker, H. (1984). *Blues, Ideology, and Afro-American Literature: A Vernacular Theory*. University of Chicago Press.

Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.

BBC News Mundo. (2018, July 25). Qué es "Momo", el juego viral por WhatsApp que preocupa a autoridades en América Latina. *BBC News*. https://www.bbc.com/mundo/noticias-44952770

Bell, D. (2001). *An introduction to cybercultures*. Routledge.

Bennett, A., & Robards, B. (Eds.). (2014). *The Internet, Belonging and New Cultural Configurations*. Palgrave Macmillan.

BoredDude2. (2010). *LolSpeak*. Urban Dictionary. https://www.urbandictionary.com/define.php?term=LolSpeak

Cacophony of discourse. (2016). *Normie*. Urban Dictionary. https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Normie

Camacho, J. M. (2005). *El humor en la práctica de la psicoterapia de orientación sistémica [tesis doctoral]*. Universidad de Buenos Aires.

Cassany. (2012). *En_Línea. Leer y escribir en la red*. Anagrama.

Castañeda, L. S. (2005). El parlache: resultados de una investigación lexicográfica. *Forma y*

Función, *18*, 74–101.

Castaño Díaz, C. M. (2011). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, *6*(2), 82–104. http://www.scielo.org.co/pdf/cesp/v6n2/v6n2a07.pdf

Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. Volumen II: el poder la identidad* (3ra ed.). Siglo XXI editores.

Craig, R. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, *9*(2), 119–161.

Cunha, R. (2007). Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *Revista Famecos*, *32*, 23–31.

Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford University Press.

Del Fresno, M. (2011). *Netnografía. Investigación, análisis e intervención social online*. Editorial UOC.

El Vigilante. (2019). *Elites de Internet - Capitulo 1 Secta MOA*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=WaLPd1z0oUE

Escandell Vidal, M. V. (1993). *Introducción a la pragmática*. Anthropos.

Feixa, C., & Nofre, J. (2012). Culturas juveniles. *Sociopedia.Isa*, 1–20. https://doi.org/10.1177/205684601291

Gal, N., Shifman, L., & Kampf, Z. (2016). "It Gets Better": Internet memes and the construction of collective identity. *New Media & Society*, *18*(8), 1698–1714. https://doi.org/10.1177/1461444814568784

Gallud Jardiel, E. (2014). *Teorías del humor*. Humorsapiens. http://humorsapiens.com/articulos-y-ensayos-de-humor/teorias-del-humor

Garay, J. (2019). *Septiembre sin fap: uno de los retos más difíciles de la generación millenial*. Malv. https://malv.news/especiales/septiembre-sin-fap-masturbarse-memes-explicacion-origen

García Martínez, A. N. (2011). Identidad y fragmentación en las sociedades multiculturales. *Persona y Derecho*, *65*, 97–118.

Geertz, C. (2003). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.

Goffman, E. (1978). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth.

Gutiérrez Ordóñez, S. (1997). *Temas, remas, focos, tópicos y comentarios* (Arcolibros).

Hall, S. (1996). ¿Quién necesita identidad? In *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13–40). Amorrortu Editores.

Hall, S. (1997). *El Trabajo De La Representación*. *1*, 13–74.

Hall, S., & Jefferson, T. (Eds.). (2014). *Rituales de resistencia. Subculturas juveniles en la Gran Bretaña de postguerra*. Traficantes de sueños.

Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Herder.

Hauntedbreezy. (2019). *"Surprised Pikachu" Memes Are Reddit's New Favorite Dank Meme*. Cheezburger Meme Base. https://cheezburger.com/7088133/surprised-pikachu-memes-are-reddits-new-favorite-dank-meme

Heisenwolff. (2018). *GRUPOS AUTISTAS DE FACEBOOK EN 3 MIN O MENOS | Heisenwolf*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=mo1zjkJwqPg

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2006). Metodología de la Investigación. In *McGraw-Hill* (4ta ed.).

InfernoScorpion. (2014). *Lenguaje Taringuero (Analisis)*. Taringa! https://www.taringa.net/+info/lenguaje-taringuero-analisis_u36mj

Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media. Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.

Karduke Wolf. (2019). *Quién es Ricardo Milos (Explicación y Origen del Meme)*. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=C4lJExZ5C6k

Knobel, M., & Lankshear, C. (2003). *New Literacies: Changing Knowledge and Classroom Learning*. Open University Press.

Knobel, M., & Lankshear, C. (2005). *Memes and affinities: Cultural replication and literacy education*.

Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). Online Memes, Affinities, and Cultural Production. In C. Lankshear, M. Knobel, & C. Bigum (Eds.), *A new literacies sampler* (pp. 199–227). Peter Lang.

Know Your Meme. (2010). *Butthurt Dweller/Gordo Granudo*. Knowyourmeme.Com. https://knowyourmeme.com/memes/butthurt-dweller-gordo-granudo

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2da ed.). Routledge.

Lauti188. (2016). *Los boluditos de la grasa no nos respetan linces!* Taringa! https://www.taringa.net/+offtopic/los-boluditos-de-la-grasa-no-nos-respetan-linces_r7zpq

Lévy, P. (2007). *Cibercultura: informe al Consejo de Europa*. Anthropos.

Lic_Memo_Herdez. (2016). *"Seguidores de la grasa" Qué aportan a internet estos niños?* Taringa! https://www.taringa.net/+offtopic/seguidores-de-la-grasa-que-aportan-a-internet-estos-ninos_hs00u

McLaughlin, T. (1996). *Street Smarts and Critical Theory. Listening to the Vernacular*. The University of Wisconsin Press.

Milner, R. (2013). Media Lingua Franca: Fixity, Novelty, and Vernacular Creativity in Internet Memes. *Selected Papers of Internet Research*, *14*, 1–5. http://spir.aoir.org/index.php/spir/article/view/806

Milner, R. (2016). *The world made meme: public conversations and participatory media*. MIT

Press.

Muñoz González, G. (2011). De las culturas juveniles a las ciberculturas del siglo XXI. *Educación y Ciudad*, *18*, 19–32.

Musser, J., & O'Reilly, T. (2007). *Web 2.0 Principles and Best Practices*. O'Reilly Media.

Nagle, A. (2017). *Kill All Normies: Online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right*. Zero Books.

Navarrete-Cazales, Z. (2015). ¿Otra vez la identidad? Un concepto necesario pero imposible. *RMIE*, *20*(65), 461–479.

Ojeda Copa, A. (2017). Sectas y legiones en facebook: Comunidad virtual, cibercultura e identidad en la juventud digital. *Decursos*, *36*, 184–195.

Pérez-Salazar, G., & Corona, A. (2019). When pones #HailGrasa: Códigos comunicativos en grupos autistas. Una aproximación sistémica. In D. Hernández, G. Ortíz, & O. Nájera (Eds.), *Futuros digitales. Exploraciones socioculturales de las TIC* (pp. 23–48). Universidad Autónoma Metropolitana / Juan Pablos Editor.

Pérez-Salazar, G., & Hernández-Rodríguez, C. R. (2017). Expresiones y racismo en grupos autistas de Facebook. *Comparative Cultural Studies: European and Latin American Perspectives*, *4*, 21–33.

Phillips, W. (2015). *This is why we can't have nice things. Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*. MIT Press.

Prensky, M. (2010). Nativos e Inmigrantes Digitales. *Cuadernos SEK 2.0*, *M-24433–2010*, 21. https://doi.org/http://hdl.handle.net/10230/21226

Reguillo Cruz, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Editorial Norma.

Rodellar, P. (2017). Concretemos de una vez por todas qué es exactamente un friki. *Vice*. https://www.vice.com/es/article/785ka4/friki-definicion-cultura

Rogel-Ortíz, F. (2005). Autismo. *Gaceta Médica de México*, *141*(2), 143–147.

Rueda, R. (2008). Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red. *Nómadas*, *28*, 8–20.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

Shark Channel. (2015). *[SDLG] ¿Qué es Seguidores de la Grasa? :v [video]*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=qQB03_NGbxA

Shifman, L. (2012). An anatomy of a YouTube meme. *New Media & Society*, *14*(2), 187–203. https://doi.org/10.1177/1461444811412160

Shifman, L. (2014a). *Memes in digital culture*. MIT Press.

Shifman, L. (2014b). The cultural logic of photo-based meme genres. *Journal of Visual Culture*, *13*(3). https://doi.org/10.1177/1470412914546577

Sierra Gutiérrez, L. I. (2009). La cultura en la era del ciberespacio [reseña de Cibercultura. La cultura de la sociedad digital]. *Signo y Pensamiento*, *XXVIII*(54), 386–388.

Spera, R. (2014). *reflexiones en torno al concepto de identidad en Hall, Derrida, Foucault y Laclau [tesina]*. Universidad Nacional del Rosario.

Szurmuk, M., & McKee, R. (2009). *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*. Siglo XXI editores.

Urbina Urbina, J. P. (2013). Etnografía virtual. In P. Páramo (Ed.), *La investigación en Ciencias Sociales: estrategias de investigación* (pp. 171–180). Universidad Piloto de Colombia.

Vaqueiro, M. (2012). Ciberlenguaje juvenil en las redes sociales. *Congreso Iberoamericano de Las Lenguas En La Educación y En La Cultura*.

Vélez Herrera, J. I. (2013). *La memética como herramienta científica para el estudio de las memes de Internet [tesis doctoral]*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Vizcarra, F., & Ovalle, L. P. (2011). Ciberculturas: estado actual de investigación. *Cuadernos de Información*, *28*, 33–44.

Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics. Internet-mediated communication in context*. John Benjamins Publishing Company.

Zimmerman, S., Ryan, L., & Duriesmith, D. (2018, September). Recognizing the Violent Extremist Ideology of "Incels." *WIIS Policy Brief*, 1–6.

Anexos

Anexo A. Modelo de entrevista semiestructurada

Entrevista semiestructurada a los informantes

Sobre lo personal

- Qué edad tienes, de dónde eres
- A qué te dedicas actualmente
- Quién eras o cómo era tu vida cuando empezaste en la grasa
- Cuánto tiempo llevas en la grasa

Historia del grupo:

- Cómo surgió SDLG
- En qué año surgió SDLG
- Por qué surgió SDLG
- Qué lo volvió tan popular
- Qué sintió al ver la acogida del grupo
- Por qué ha cambiado tanto el grupo
- De dónde viene la idea de convertirlo en una comunidad de momos, cómo surgió la palabra
- Qué grupos son la competencia

Sobre cómo se comunican:

- ¿Por qué escriben sin buena ortografía?
- ¿Qué son los momos? Cuál es la diferencia con los memes normales
- Desde qué año empezaron a comunicarse con momos
- ¿Han hecho encuentros en persona? ¿Cómo son? ¿Qué hacen?
- Qué palabras o expresiones recuerdas que hayan sido creadas o apropiadas por el grupo (:v, pvtakus…)

Sobre los grasosos:

- Qué es ser un grasoso
- Qué caracteriza a un grasoso
- Qué diferencia a un grasoso de las personas comunes y corrientes
- ¿Hay diferencia entre grasosos de distintos países?
- Qué no debería hacer un grasoso y por qué
- Cómo vive un grasoso, en qué momento de su día está con el grupo y qué hace
- Qué no le gusta a un grasoso

- De qué se burla un grasoso

Sobre los momos:

- Qué significan los momos para la comunidad
- Qué diferencia a los momos grasosos de los momos de otras comunidades
- Qué debe tener un momo grasoso
- Cómo es el humor de la comunidad
- En qué están inspirados los momos grasosos
- Qué identifica a un momo grasoso
- Qué referencias utilizan (caricaturas, películas) y por qué
- Qué significa un momo para un grasoso (para ti)

Sobre el funcionamiento de la comunidad

- Cómo está organizada la comunidad
- Quién decide el contenido
- Por qué se banea y con qué condiciones
- Cómo ha cambiado el contenido de la comunidad

Anexo B. Glosario (diccionario grasoso/autista)

Término	Variantes	Significado	Explicación
#HailGrasa	---	Vitoreo a modo de hashtag relacionado con la lealtad al grupo SDLG.	Es una especie de marcador fático que indica que un miembro de la comunidad se encuentra presente en una publicación o en otro espacio, expresando una especie de lealtad a SDLG.
:v	:'v, >:v (dependiendo del estado de ánimo)	Marcador para darle un tono humorístico al comentario	Es la grafía del emoji del Pacman, el único permitido en SDLG y un emblema del grupo.
+10/-10	Puede incluir más ceros en función de la aprobación.	Aprobación o desaprobación frente a una publicación.	Viene de Taringa, en la que se puntuaba una publicación con una determinada cantidad de puntos, en la que 10 era el máximo.
100tifiko	---	Científico, para referirse a alguien que quiera dar razones muy elaboradas sobre algún suceso.	Ideofonema de la palabra "científico".
A ver y no al cine	(Puede escribirse con mala ortografía)	Expresión para indicarle a alguien que muestre algo	Expresión proveniente de México
Admin	Cajero	Para referirse a los administradores del grupo.	Abreviación de administrador.
Ahorita no joven	---	Para indicar que no está interesado en responder a una interacción de otra persona.	Proviene del meme de un perro atendiendo una tienda.
Alv	Olv	Interjección de impotencia, asombro o exclamación	Es el acrónimo de "A la verga", expresión mexicana.
Anastasio	---	Ano	Juego de palabras con la palabra no.
Arena	---	Expresión para indicar que se lanza algún tipo de comentario incómodo hacia otra persona o comunidad.	Proviene de la expresión "Arena en la vagina", que indica incomodidad, popularizada por la serie South Park.
Arenoso/a	---	Persona que suele incomodarse o irritarse fácilmente.	Proviene de la expresión "Arena en la vagina", que indica incomodidad, popularizada por la serie South Park.

Término	Variantes	Significado	Explicación
Autista	---	Personas en la red con gustos y comportamientos peculiares en la red, entre los que se incluyen hablar con cierto vocabulario (como este) o compartir determinados memes.	Esta expresión no se encontró en inglés, por lo que parece ser construcción propia del español, surgida también por aquellos que requerían describir despectivamente a estas personas.
AW	---	Attention Whore, persona que en internet solo busca llamar la atención.	Expresión traída del lenguaje en la red anglosajón.
AW	Attention Whore	Abreviatura. Persona que simplemente quiere llamar la atención tirando caca, molestando a los demás o publicando contenido polémico para generar interacciones.	Préstamo directo del inglés.
Awela	---	Abuela	Juego de palabras con la palabra original.
Ban	Banamex, Biri biri bam bam	Eliminar o sacar a alguien del grupo por infringir las normas.	Es la expresión en inglés de "vetar", muy empleada en grupos de Internet.
Bloz	---	Rápido	Deformación de la palabra "veloz".
Boliche	---	Bullying	Probablemente sea una deformación de la palabra bullying para asociarla con una palabra en español.
C mamo	C mamut	Cuando alguien realiza alguna locura o hace algo exagerado, ya sea positivo o negativo.	Expresión proveniente de México, "se mamó".
Clorox	---	Icono que indica intención de suicidio.	Viene de memes en los cuales las personas toman botellas de blanqueadores para mostrar su intención de suicidarse.
CP	Caldo de pollo, Club Penguin	Porno infantil.	Siglas de "Children Porn". Esta expresión ha sido motivo de múltiples problemas con la comunidad, dado que el "pasar packs" puede incluirse en el porno infantil, por ello se ha prohibido rigurosamente.

Término	Variantes	Significado	Explicación
Creepypasta	---	Historias cortas de terror difundidas a lo largo de la red a modo de leyenda urbana. "Obedece a la morsa" o el "ayuwoki" es quizá el ejemplo más conocido.	Proviene de una transformación de la palabra "copypaste", pero con el matiz de lo "creepy" (siniestro).
Cringe	Cringe	Repugnancia o desagrado sobre algo, generalmente cuestiones que dan pena ajena. En español la palabra más cercana sería "repelús".	Préstamo directo del inglés.
Dank	---	Meme o persona con características extrañas o estrafalarias.	Expresión proveniente del inglés, también un género de memes.
Dvd	La dvd	La verdad.	Acrónimo invertido de la verdad.
El tío	---	Persona de la familia abusadora sexual.	No es claro si tiene que ver propiamente con el familiar o si es una expresión que enmascara en el humor a un familiar que abusa sexualmente de otro.
Elfa/o	---	Expresión para referirse a la pareja.	No se encontró una explicación para esta palabra.
F	---	Expresión para mostrar respeto frente al evento desafortunado de otra persona.	Viene de un videojuego en el que presionar la tecla "F" del teclado indicaba mostrar respeto a un soldado caído.
Fantasmon	---	Persona que habita la comunidad pero no interactúa en ella.	Está relacionado con la presencia no visible de un fantasma.
Feik	Fake	Indica falsedad, ya sea una noticia, un asunto o un perfil de usuario.	Proviene del inglés "Fake".
Ganso	Nepe	Pene	Es una especie de símil entre la morfología del ganso en cuanto a su cuello y cabeza y el pene del hombre.
Gfa/gfe	---	Madre o padre	Viene de la expresión mexicana "jefa" o "jefe"
Gud	---	Bueno	Españolización de la expresión oral de la palabra "good".

Término	Variantes	Significado	Explicación
Hater	---	Persona que tiene un odio desmesurado hacia algo o alguien.	Préstamo directo del inglés.
Icnorado	---	Expresión para indicar que la publicación realizada no obtuvo muchas interacciones o, simplemente, para indicar que no sea ignorada la persona.	Deformación de la palabra ignorado.
Imbacs	---	Inbox, mensaje privado.	Deformación de la palabra "Inbox", bandeja de entrada del perfil de Facebook por donde se envían mensajes privados.
Jalarsela	---	Masturbarse	Hace referencia al acto de masturbarse
Kbron	---	Insulto que se usa como epíteto negativo	Proviene del insulto mismo "cabrón".
Ke	Khé, khe, k, q	Indica que o su interrogativo.	Deformación ortográfica de la palabra "que" o su interrogativo.
Kokoro	---	Corazón	Préstamo del japonés con el mismo significado.
KYC	---	Se emplea para mandar a callar a alguien.	Abreviatura de "cállese".
Laura Sad	Pta khe sad	Momento para sentirse triste.	Deformación de "la hora sad", expresión que indica un momento triste derivado de una publicación emotiva.
Lince	Lincesa (para las mujeres, pero sin tanto uso)	Expresión para indicar una adulación o amistad, que puede ser incluso sarcástica.	Expresión proveniente de Taringa, en dicho portal este tipo de términos para referirse a individuos osados que publicaban buen contenido eran usuales.
Magia	---	Magia es una especie de sinónimo al trolleo. Se escribe "hagan su magia" para burlarse de algún comentario o foto de personas que van en contra de su forma de pensar.	No es claro el origen de la palabra.
Makinola	---	Expresión para adular positiva o sarcásticamente a un individuo.	Expresión proveniente de Taringa, en dicho portal este tipo de términos eran usuales para adular a un usuario.

Término	Variantes	Significado	Explicación
Mame	El tren del mame	Tendencia a interactuar humorísticamente sobre un tema de moda.	El mame generalmente va relacionado con una gran cantidad de memes relacionados sobre el tema.
Máquina de matar	---	Mascota.	Generalmente la mascota es pequeña o tierna, por ello es una especie de ironía.
Me emperra	---	Expresión para describir la interacción "me enoja" en Facebook.	No es claro su origen, pero seguramente es para apropiarse de la plataforma con su propia lengua.
Me encorazona	Cora	Expresión para describir la interacción "me encanta" en Facebook.	No es claro su origen, pero seguramente es para apropiarse de la plataforma con su propia lengua.
Meco	---	Semen o tonto.	Expresión proveniente de México.
Momo	Mofles, memingo, momazo, momingo, etc.	Una unidad comunicativa digital (en su mayoría una imagen) realizada por una comunidad autista, con el fin de producir gracia generalmente desde el humor (si es momo autista, humor negro.)	Deformación de la palabra "meme".
Naik	Laic, Adidas, Pumas	Nombre dado a la interacción de "Me gusta" en Facebook.	Deformación de la palabra Like, que en inglés es la interacción "Me gusta" en Facebook.
Nel	Nelson	No	Juego de palabras con la palabra "no".
Nepe	Ganso, NP	Pene	Vesre de la palabra pene.
Niño rata	Rata	Niño (generalmente preadolescente) obsesionado con los videojuegos o con algún gusto particular y a partir del cual se vuelve una molestia para las comunidades de la internet.	Proviene del meme derivado de un capítulo de los Simpson en el que Homero llama "niño rata" a Bart.
Niu	---	Persona nueva	Españolización de la expresión oral de la palabra "new".
Niu	---	Persona nueva en el grupo. Tienden a ser discriminados por	Préstamo y deformación de la palabra "new".

Término	Variantes	Significado	Explicación
		desconocer las dinámicas del grupo.	
Nopor	N0por	Porno.	Vesre de porno. Su variación tiene que ver con la forma de evadir la palabra en algoritmos de la red, como con muchas palabras, en las que se intercalan con números.
Normie	---	Aquellas personas que tienen una "vida normal"	Expresión proveniente del inglés, de los foros de memes más conocidos, también con el mismo propósito de describir a "los otros" que son "normales".
Oc	---	Ok	Españolización de la expresión oral de la palabra.
Old	---	Persona miembro del grupo con cierta antigüedad.	Préstamo del inglés "old".
Otakus	Pvtakus, Otacos	Personas amantes del anime y la cultura japonesa generalmente.	Existe cierta aversión sobre este grupo de personas, sobre la idea de que son vírgenes o que no se bañan.
Pack	---	Imágenes de una persona con contenido pornográfico	El pack tiene que ver con la forma en la que se envía: como un paquete de archivos comprimidos para saltarse las normas.
Papu	---	Expresión para referirse a un hombre o a un amigo, ya sea para adularlo de forma sincera o sarcástica.	Expresión proveniente de Taringa, en dicho portal este tipo de términos para referirse a individuos osados que publicaban buen contenido eran usuales.
Pinshi	---	Pinche, expresión para degradar a alguien.	Deformación de la palabra "pinche".
Plox	---	Por favor	Deformación de "please", por favor en inglés.
Poser	---	Persona que quiere posar de algo que no es. Puede ser un sinónimo de wannabe.	Préstamo del inglés.
Procd	---	Se escribe "ke procd" para preguntar acerca de una duda que se tenga y no se sepa qué hacer. A veces en forma de broma.	Ideofonema de la palabra "procede".

Término	Variantes	Significado	Explicación
Prro	---	Perro, expresión para indicar insulto o trato entre amigos.	Deformación de la palabra perro, expresión usada en Colombia y otras regiones en tono amistoso u ofensivo.
Pvtazo	---	Pueden ser tanto insultos como golpes. "darse pvtazos" es golpearse con otro.	Forma de ocultar la palabra "putazo".
Re100 horneado	Re50x2/Re130-30 Anna Frank/Judío (hay muchas variantes que al final llevan a la misma expresión).	Para indicar que un momo está recién hecho.	El juego de palabras y números es usual en el lenguaje de la red.
Repoio	Repost, Reposho	Publicación repetida.	Deformación de repollo, la cual es una deformación de "repost", palabra en inglés que indica que lo publicado ya es algo repetido.
Rikolino/a	Zukulento, 7u7, (͡° ͜ʖ ͡°), zukistrukis	Cuando se hace alusión a algo provocador. Generalmente es una especie de halago hacia una mujer que es atractiva.	No es claro el origen de la palabra, pero fue muy utilizada en la red (ya no tanto).
Rufian	---	Expresión para adular positiva o sarcásticamente a un individuo.	Expresión proveniente de Taringa, en dicho portal este tipo de términos eran usuales para adular a un usuario.
Sad	---	Triste	Palabra proveniente del inglés.
Salsa de tomate	---	Menstruación.	Símil directo con el color de la salsa y la sangre.
Sergios	Ceriales, Chocokrispis	Serios	Cuando se publica o se pregunta algo sin propósito humorístico.
Shavots	Shavelardo	Forma de llamar a los miembros de la comunidad. Sinónimo de chicos, muchachos, chavos…	Deformación de la palabra mexicana "chavo".
Sheshes	---	Senos, tetas.	No es claro el origen de la palabra.
Shidori	---	Chido, chévere.	Deformación de la expresión mexicana "chido".
Shitpost	---	Publicaciones sin ningún sentido o de pobre calidad humorística.	Expresión proveniente del inglés, también un género de memes.

Término	Variantes	Significado	Explicación
Simon	Cy, Zy	Sí	Juego de palabras con la palabra sí.
Skul	---	Escuela, colegio.	Deformación de la palabra "school", escuela en inglés.
Sopa do macaco		Expresión para indicar que hay algún brasileño o para referirse a ellos.	Proviene de un video de un brasileño tomando sopa de mono. Al haber una rivalidad entre brasileños e hispanohablantes, siempre esta es la expresión para denigrar de ellos en español.
Spam	---	Publicación excesiva de determinado contenido.	Proviene por supuesto del lenguaje en red del inglés, con el matiz de que en la comunidad tiene que ver con llenar el grupo de un mismo contenido, a veces por sumarse al mame.
Ste men	---	Expresión para referirse a una persona que generalmente hizo algo decepcionante.	Deformación de "este men".
Sudaka	---	Forma de hablar de los habitantes de América Latina, no siempre con connotación negativa.	Por supuesto, es una adaptación del trato despectivo hacia los sudamericanos desde Europa.
Tirar caca	Tirar hate/odio	Forma de expresar que un grupo de haters lanza odio o emplea formas comunicativas para desprestigiar o defenestrar de una comunidad o una persona.	Sinónimo de "lanzar mierda" hacia algo o alguien.
Tmr	---	Puta madre.	Acrónimo de Puta madre.
Tomar Clorox	---	Suicidarse.	Viene propiamente de un icono clave dentro de los memes, en los que se incluye a alguien bebiendo una botella de Clorox o lejía (que también es un meme antiguo) para hacer alusión al suicidio.
Unikks	Uniks y detergentes, Harley Quinn, únicas y diferentes	Expresión para referirse a aquellas mujeres que se creen únicas y diferentes por tener ciertos gustos o formas de pensar.	Es una deformación de la expresión "única y diferente". En la comunidad, mayormente de hombres, hay una burla sobre este tipo de mujeres que se creen originales y especiales.
Vato	---	Tipo, hombre.	Expresión proveniente de México.

Término	Variantes	Significado	Explicación
Vidrios Brandon	Fideos/Vidios Brandum/Random	Videos sin sentido	Deformación de la palabra "video".
Wachar		Ver	Especie de spanglish entre ver y watch.
Ward	Wardiola	Marca que se deja en una publicación para seguir las interacciones que se dan en ella.	Proviene de los videojuegos en los que se dejan centinelas (wards) para poder observar lo que sucede en el mapa.
Washar	Guachar	Mirar algo	Préstamo y deformación del verbo "to watch".
When... But	Whendo, Bat.	Es el típico tropo de los momos: cuando sucede algo pero hay una situación que rompe con ese estado de cosas.	Es la plantilla más común de los denominados "momos". Dos escenas que se contraponen en una situación determinada. Curiosamente, es una construcción propia de momos en español, pero con las palabras en inglés de cuando y pero.
xd	xdxdxdxdxdxd	Risa, a veces exagerada o tonta.	Deformación de xD, emoticón que indicaba en el pasado una carcajada.
Zelda	---	Link, enlace a una página.	Proviene del videojuego The Legend of Zelda en el que el protagonista se llama Link.
Zucaritas	---	Expresión para referirse a Facebook y sus políticas.	Especialmente, se hace alusión a Mark Zuckerberg, el dueño de Facebook, para mencionar las políticas de la red social y cómo afectan a la comunidad. Zucaritas entonces es una asociación con su apellido.